

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO
DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE, SOCIALI E DELLA COMUNICAZIONE

UNIVERSITÉ PAUL-VALÉRY MONTPELLIER 3
LABORATOIRE PRAXILING UMR 5267 CNRS
ED 58 LLCC, LANGUES, LITTÉRATURES, CULTURES, CIVILISATIONS



CORSO DI DOTTORATO IN
SOCIOLOGIA, ANALISI SOCIALE, POLITICHE PUBBLICHE E
TEORIA E STORIA DELLE ISTITUZIONI,
CICLO XII

SCIENCES DU LANGAGE

Thèse de doctorat en co-tutelle
Au delà des professions ?
Le travail à l'époque des médias sociaux

Candidat : Giovannipaolo Ferrari

Rapporteur:
Paolo Diana

Rapporteur:
Marie-Anne Paveau

Directeur de thèse français:
François Perea

Coordinateur italien:
Massimo Pendenza

Année académique 2015-2016

En mémoire de mon père, mon premier ami et maître

Abstract

Beyond professions? The work in the age of social media

This thesis concerns, firstly, change in workers professional practices of a teamwork of an American high-tech corporation, pushed by ICT. During the research, we tried to develop a dynamic and practical description of the daily life of workers observed in “technologically dense environments” (Bruni 2005; Bruni & Gherardi 2007), who live habitually during their work activities. The “narrative” of these working environments has fostered understanding the operation of the “technological infrastructure” (Gherardi 2007) of the team in charge of managing the presence of that multinational on social media. So we observed that this technological infrastructure is completely different from those observed in the 90s of XX century by many scholars (Joseph 1994; Heath e Luff 1992; Suchman 1997; 2000; Star 1999; Grosjean 2004). This difference translates almost in an anthropological and social change which is evident in the way they work and represent themselves at work.

Au delà des professions ? Le travail à l'époque des médias sociaux

Ce travail de thèse concerne, principalement, les mutations des pratiques professionnelles des travailleurs dans une team d'une multinationale américaine de l'high tech, dotée de technologie numériques de l'information et de la communication. Dans le cours de la recherche, on a cherché à développer une description dynamique et pratique du quotidien des travailleurs observés dans des « environnements technologiquement denses » (Bruni 2005; Bruni & Gherardi 2007), qu'ils habitent habituellement pendant leur activité de travail. La « narration » de ces environnements de travail a favorisé la compréhension du fonctionnement de l' « infrastructure technologique » (Gherardi 2007) de la team qui s'occupe de gérer la présence de la multinationale sur les médias sociaux. On observe, donc, que cette infrastructure technologique diffère complètement de celles observées dans les années 90 du XXème siècle d'un certain nombre de recherche (Joseph 1994; Heath e Luff 1992; Suchman 1997; 2000; Star 1999; Grosjean 2004). Cette différence se traduit presque dans une mutation anthropologique et sociale qui est mise en évidence dans la façon de travailler et dans la manière de s'autoreprésenter au travail.

Oltre le professionali? Il lavoro all'epoca dei social media

Questo lavoro di tesi riguarda, principalmente, i mutamenti delle pratiche professionali dei lavoratori di un team di una multinazionale americana dell'high tech, indotti dalle tecnologie

digitali dell'informazione e della comunicazione. Nel corso della ricerca si è cercato di sviluppare una descrizione dinamica e pratica della quotidianità dei lavoratori osservata negli “ambienti tecnologicamente densi” (Bruni 2005; Bruni & Gherardi 2007), che abitano abitualmente durante la loro attività di lavoro. La “narrazione” di questi ambienti di lavoro ha favorito la comprensione del funzionamento dell’“infrastruttura tecnologica” (Gherardi 2007) del team che si occupa di gestire la presenza della suddetta multinazionale sui social media. Si è osservato – quindi – che questa infrastruttura tecnologica differisce completamente da quelle osservate negli anni '90 del XX secolo da molti studiosi (Joseph 1994; Heath e Luff 1992; Suchman 1997; 2000; Star 1999; Grosjean 2004). Questa differenza si traduce quasi in un mutamento antropologico e sociale che si evidenzia nel modo di lavorare e nel modo di autorappresentarsi al lavoro.

Remerciements

Je souhaite rendre hommage à tous ceux qui m'ont aidé dans la réalisation de la thèse de doctorat avec suggestions, critiques et observations : ma gratitude leur est destinée, même si je garde la responsabilité de chaque erreur contenu dans cette thèse. Je remercie avant tout le professeur Paolo Diana, Università di Salerno, tuteur italien et rapporteur, François Perea, Université Paul-Valéry Montpellier III, directeur de thèse français, la professeure Marie-Anne Paveau, Université de Paris 13 Sorbonne Cité, co-rapporteur, le professeur Massimo Pendenza, Università di Salerno, coordinateur du doctorat en *Sociologia, Analisi Sociale e Politiche Pubbliche e Teoria e Storia delle Istituzioni* de l'Università de Salerno, Jean- Michel Ganteau, Directeur de l'Ecole Doctorale 58, *LLCC – Langues, Litteratures, Cultures, Civilisations* de l'Université Paul-Valéry Montpellier III: sans leur support et leur encadrement, cette thèse n'aurait pas existé.

Je poursuis avec le professeur Bruno Bonu, Université Paul-Valéry Montpellier III, le professeur Laurent Fauré, Université Paul-Valéry Montpellier III, la professeure Stéphanie Maillez-Viard Metz, Université de Montpellier, la professeur Crysta Pellissier, Université de Montpellier, la professeure Julie Denouël, Université Paul-Valéry Montpellier III, et le professeur Arnaud Richard, Université Paul-Valéry Montpellier III ainsi que la professeure Chantal Charnet, Université Paul-Valéry Montpellier III, Isabel Colon de Carvajal, ENS de Lyon et Elisabeth Natale.

Un remerciement particulier va aux collègues et aux amis qui m'ont encouragé et qui ont souvent pris de leur temps pour lire et discuter avec moi du brouillon de ce travail. Je remercie particulièrement Angela et Julie.

Je voudrais, enfin, remercier les personnes qui me sont les plus chères : mes amis, ma mère et ma famille, et enfin, ma femme Eugénie à qui ce travail est dédié.

Chaque fois que je voulais dire quelque chose de nouveau, pour moi était nécessaire de user une nouvelle technique, alors j'ai pensé que le cinéma était pour moi une nouvelle technique, vous savez que les changements de technique sont la caractéristique de l'obsession [...] La première langue des hommes était l'action de l'homme dans la réalité. Je me représente à toi, tu te représentes à moi. C'est une façon de dire napolitaine. Le cinéma, c'est la reproduction du langage naturel de la réalité et c'est la langue écrite de la langue naturelle de l'action humaine. [...] Et ça c'est le premier langage de l'homme. Maintenant, en parlant avec vous, je me représente avec vous avec une technique audiovisuelle. Hum, par hasard il y a une caméra qui reproduit comment on dit, qui reproduit ma représentation mais c'est la même chose, si là il n'y avait pas la caméra, je parlerais avec vous avec mon langage parlé et mon français mon mauvais français et avec ma physionomie et avec mon caractère de la même façon [quand même] Et alors si le cinéma est simplement la langue écrite de la langue de la réalité, quand on fait la sémiologie du langage cinématographique, il faut qu'il fait en même temps la sémiologie de la réalité. Alors mon expérience de la langue de la réalité, de la langue de l'action humaine, c'est-à-dire mon amour pour les hommes [*pour l'humanité*], pour sa psychologie, pour l'histoire qu'il crée avec sa psychologie, vous savez que le destin c'est le produit de notre psychologie, mon amour pour cette chose là a été suffisant pour la mise en scène pour que le metteur en scène simplement il reproduit le langage de l'homme dans sa vie dans la vie dans la réalité. Ça sur le plan simplement linguistique. mais il y a aussi un plan stylistique, esthétique ; une codification linguistique et il y a une codification linguistique et je parle maintenant de sa codification mais il y a aussi une codification stylistique et alors dans le plan de la codification stylistique il y a peut-être c'est plus difficile de faire du cinéma. Dans le niveau simplement linguistique, l'expérience est suffisante. Dans le plan stylistique il faut aussi connaître la technique, le métier, connaître l'histoire du cinéma etc. [...].

Pasolini in « Pasolini, l'enragé », Documentaire de Jean-André Fieschi, part 1. 1966¹

Les médias sociaux ont rendu impossible la vie des jeunes écrivains : les éditeurs s'attendent que tous aient une page sur facebook et Twitter pour s'autopromouvoir jour et nuit. Ils oublient que la raison pour laquelle ils écrivent et qu'ils préfèrent communiquer par le biais de livres et qu'ils considèrent l'hypersocialité un anathème. L'éphémère sound-byte de Twitter est l'antithèse de la littérature, qui cherche l'immortalité.

Jonathan Franzen²

¹ Disponible en ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=T2c07ifvmMs> (Dernière consultation le 03/01/16).

² Farkas, A. (2012). *Franzen contro Bloom, il canone è maschilista*, Corriere della Sera. Disponible en ligne : <http://lettura.corriere.it/franzen-contro-bloom-il-canone-e-maschilista/> (Dernière consultation le 03/01/2016).

Index

Introduction.....	23
<u>1. Qu'est-ce que le travail ?.....</u>	<u>29</u>
1.1 Les transformations dans le monde du travail contemporain	31
1.1.1 L'ère du « post »	32
1.1.2 Deux itinéraires pour l'organisation du travail	34
1.1.3 Le compromis social du capitalisme industriel	36
1.1.4 Société salariale et Welfare	37
1.2 Polysémie et ambiguïté du concept de travail	39
1.2.1 Les protagonistes et les lieux du travail moderne	42
La dérive « lavoriste »	45
1.2.2 Travail, activité, œuvre	46
1.2.3 Le travail de notre corps et le travail de nos mains	48
1.2.4 Animal laborans Vs Homo faber	49
1.3 Les théories sur la dégradation et la fin du travail	51
1.3.1 La thèse de la « deskilling »	52
1.3.2 Dégradation, détérioration et société post-salariale	54
1.3.3 Du travail aux « travaux »	57
1.4 Un autre travail	60
1.4.1 Il précurseur : Everett C. Hughes	61
1.4.2 Hughes et le travail comme interaction sociale	62
1.4.3 Les deux fronts : la Sociologie du travail et Sociologie des professions	63
1.4.4 L'importance du travail sur le terrain et de la recherche empirique	65
1.5 Le travail comme pratique située	67
1.5.1 Les approches néoweberiennes	69

1.5.2	La sociologie des groupes professionnels française	71
2.	<u>Travail, science, technologie et société (de la connaissance)</u>	77
2.1	Qu'est-ce la technique et qu'est-ce la technologie ?	78
2.1.1	Le rapport technologie-travail	78
2.1.2	La société de la connaissance	80
2.1.3	Premiers pas : la réflexion des classiques autour de science, technique et société et la naissance de la sociologie de la science et de la technique	81
2.2	Trois approches : entre déterminisme technologique, constructivisme social et co-construction	85
2.2.1	L'approche normative de Merton	86
2.2.2	Le cadeau comme principe organisateur de la science	87
2.2.3	La Sociology of Scientific Knowledge	87
2.2.4	L'externalisme	88
2.2.5	Programme empirique du relativisme	89
2.2.6	L'approche constructiviste	90
2.2.6.1	La Social Construction of Technology (SCOT)	91
2.2.6.2	L'Action Network Theory	92
2.2.6.3	Le Social Shaping of Technology (SST)	93
2.2.6.4	L'approche féministe des technologies	95
2.2.7	La nouvelle production de la connaissance	95
2.2.8	Le modèle de la triple hélice	97
2.2.9	L'informationnalisme et la network society	98
2.3	Champs, mondes et arènes	103
2.3.1	La théorie du champ scientifique de Bourdieu	104
2.3.2	La science comme monde social	105
2.3.3	Science, technique et société (connaissance)	109
3.	<u>Entre théorie et méthode.....</u>	113
3.1	Mondes sociaux et Grounded Theory Method	114

3.1.1	Les versions classiques de la Grounded Theory Method	115
3.1.2	L'analyse situationnelle	117
3.1.3	L'approche constructiviste de la Grounded Theory	118
3.2	De la technologie en soi à la technologie en usage : la nature pervasive/omniprésente de l'infrastructure technologique	120
3.3	Le paradigme de l'action située : comment étudier les pratiques de travail dans les environnements technologiquement denses	121
3.4	L'analyse des matériaux empirique de recherche assistée par des CAQDAS	126
<u>4.</u>	<u>Méthodologie.....</u>	<u>129</u>
4.1	La conception de l'étude	130
4.1.1	La demande cognitive de recherche	130
4.1.2	L'objectif cognitif de la recherche	131
4.2	La recherche de fond ;	133
4.3	La recherche sur le terrain : le choix des outils et des techniques de recueil	134
4.3.1	Focused ethnography	135
4.3.1.1	L'observation.....	136
4.3.1.2	L'utilisation d'enregistrements vidéo pour documenter les pratiques professionnelles des acteurs dans leur dimension temporelle, participative et multimodale.	138
4.3.1.3	Les notes ethnographiques	138
4.3.2	Les entretiens herméneutiques	139
4.3.3	L'ethnographie numérique :	143
4.4	Le processus de construction de la base empirique de la recherche	146
4.4.1	La constitution du corpus	147
4.5	L'analyse des données et l'utilisation du logiciel NVivo11	150
4.5.1	Le processus d'analyse des données	150
4.5.2	La transcription de l'entretien	150

4.5.3	Le débat sur les CAQDAS	152
4.5.4	L'utilisation du logiciel NVivo11 pour la systématisation du corpus et de l'analyse des données	155
4.5.4.1	Comment faire une analyse du discours numérique des social media avec l'aide de NVivo11 ?	156
5.	<u>La recherche.....</u>	163
5.1	Introduction théorique à la recherche sur le terrain	164
5.1.1	L'exigence émergente de nouvelles figures professionnelles	164
5.1.2	La crise de l'identité professionnelle	167
5.1.3	Définir les limites entre professions dans un monde qui est en constante évolution.	170
5.1.4	L'International Webmaster Association et les Skills Profiles des Professions du Web	174
5.2	Les professions numériques et les SMACCM	180
5.2.1	Une vue d'ensemble sur les médias sociaux	181
5.2.2	Le contexte global et les médias sociaux en Italie et en France	188
5.2.3	L'analyse de la recherche sur les profils professionnels des SMACCM sur LinkedIn et Viadeo.	193
5.3	Introduction historique à la recherche sur le terrain	207
5.3.1	Le recours à des témoins privilégiés	207
5.3.2	La négociation et l'accès au terrain de recherche	210
5.3.3	La négociation	210
5.3.4	L'accès au terrain	211
5.4	L'observation à Dell	213
6.	<u>Les dimensions (im) matérielles de la profession du SMACCM.</u>	216
6.1	Dell à Montpellier	217
6.2	La Social Media Team de DELL : activités de la teamwork	219
6.2.1	L'organigramme de l'équipe : le groupe et la répartition des rôles	219

6.2.2	La workplace de l'équipe	222
6.2.3	Le Social Media Listening Centre	223
6.2.4	Les instruments de la workspace	226
6.2.5	Les lieux physiques : les lieux de relax et de restauration, les salles de réunion	228
6.3	Les lieux immatériels : l'Intranet, les médias sociaux généralistes	236
6.3.1	Au début, il y avait Ideastorm et Salesforce Chatter	236
6.3.2	L'entrée de Dell sur les médias sociaux généralistes	237
6.4	Les artefacts technologiques : quoi, comment, et pourquoi. Comment et de quelle manière la connaissance des objets technologiques pèse sur le développement des pratiques professionnelles	239
6.4.1	Radian6	239
6.4.2	Splinger	242
6.4.3	Alienware	243
6.4.4	Le processus d'appropriation de LinkedIn (en tant qu'artefact) par les SMACCM : le cas de Marco.	244
6.4.4.1	Sequence I: Marco explique comment utilise le "groupe" qu'il a crée sur LinkedIn.....	245
6.4.5	L'infrastructure technologique de la Social Media Team	254
6.5	La formation du SMACCM : le passé et le présent	260
6.6	Le SMACCM se présente et s'autodéfinit	267
6.7	L'évolution du travail de SMACCM par rapport au passé	271
6.8	Qu'est-ce qui est utile pour bien exercer le travail du SMACCM	275
6.8.1	Donner voix au client : interagir	279
6.8.2	L'analyse du sentiment	280
6.8.3	L'engagement	282
6.9	Analyse technodiscursive des activités des SMACCM	284
6.9.1	<i>Dell vous aide.</i> Des helpline aux médias sociaux : procédures et problématiques	288

6.9.2	Modalité proactive : corréler l'activité au contenu (<i>Dell Aiuta</i>)	290
6.9.3	Modalité réactive: entre prédiscours et plans.	297
<u>Conclusion</u>		<u>304</u>
<u>Bibliographie</u>		<u>312</u>

Table des Figures

Figure 1 : Le schéma multilinéaire du développement historique de Melotti (1970 : 53).....	41
Figure 2 : Différentes conceptions du concept de travail.....	75
Figure 3 : L'évolution des <i>Technology Studies</i> . Notre élaboration de Vinck (Vinck 1995 : 231).	84
Figure 4 : Carte des mondes sociaux/arènes (Clarke 1991).....	108
Figure 5 : Carte des contributions aux approches des STS.....	111
Figure 6 : Développement de la Grounded Theory Method.	115
Figure 7 : Proposition théorique et méthodologique.....	119
Figure 8 : les courants de l'action située (Conein & Jacopin 1994: 500).	122
Figure 9 : Les courants des practice-based studies (Gherardi 2008: 522).	123
Figure 10 : Les courants du « rapport opératoire au monde » (Bidet 2011 : 377).	123
Figure 11 : Situer l'analyse de données qualitatives (Voynnet-Fourboul 2012 : 73).	127
Figure 12 : la représentation graphique de la conception de la recherche.	149
Figure 13 Exemple de logiciels pour l'analyse de données qualitatives (Voynnet-Fourboul 2002).....	153
Figure 14 : Exemple de logiciels pour l'analyse de données qualitatives (Voynnet-Fourboul 2002).....	153
Figure 15: L'évolution des logiciels d'aide à l'analyse des données qualitatives (notre ré-élaboration de Voynnet-Fourboul 2002).....	154
Figure 16: Présentation de l'interface et des fonctionnalités principales de NVvivo11 pour l'organisation d'un corpus de matériaux empiriques multimodaux.	157
Figure 17: Extraction d'un ensemble de données avec NCapture d'un profil Twitter.....	158
Figure 18: Extraction d'un ensemble de données avec NCapture d'un profil Facebook.	159

Figure 19: Importation grâce à NCapture d'un profil Twitter en format PDF....	159
Figure 20: Visualisation de l'importation effectuée avec NCapture d'une base de données d'un profil Twitter.....	161
Figure 21 : Organisation des matériaux empiriques de recherche grâce à NVvivo 11.....	162
Figure 22 : Les 4 macro-aies et activités principales identifiées par l'IWA. Source : http://goo.gl/UoHPZF	177
Figure 23 : une carte des professions dans les médias numériques : community manager victimes de la maturité des médias sociaux (Iab France 2015 : 32).	181
Figure 24 : une chronologie des étapes les plus importantes du développement de l'Internet : de la naissance au développement des réseaux sociaux. Source : Élaboration à partir de Castells 1996 ; Boyd, 2008 : 212 ; Menduni, Nencioni & Pannozzo 2011: 2; Colombo 2013 : 12-20).	184
Figure 25 : Obligations de loyauté et tendance à la mystification dans la représentation de soi sur les différents réseaux sociaux. Source : Ré-élaboration de Menduni, Nencioni & Pannozzo 2011 : 138.	188
Figure 26 : Pénétration d'Internet en Europe. Données en %. Source : US Census Bureau, InternetWorldStats, (WAS 2014: 45).	190
Figure 27 : Pénétration des médias sociaux en Europe. Données en %. Source ; US Census Bureau, Facebook, VKontakte (WAS 2014: 49).	191
Figure 28 : Fonte : US Census Bureau, InternetWorldStats, CNNIC, Tencent, Facebook, Vkontakte, ITU, CIA (WAS 2014: 66, 127).	192
Figure 29 : Utilisateurs de LinkedIn dans le monde. Source : Socialbaker, 2016.	195
Figure 30 : Exemple de profil LinkedIn d'un SMACCM de Dell.	196
Figure 31 : Exemple d'endorsement/recommandation sur LinkedIn.....	197
Figure 32 : Exemple de recommandation sur LinkedIn.....	198
Figure 33 : Exemple de reconnaissance de la part de ses contacts sur LinkedIn.....	199
Figure 34 : L'entrée de Dell à Montpellier.	218
Figure 35 : Organigramme du EMEA CSMB Customer Services.	222
Figure 36 : Les openspace de Dell à Montpellier en 2013.....	223

Figure 37 : Le Social Media Listening Center de Dell au Texas, USA.	224
Figure 38 : Le Social Media Centre de Dell Montpellier en 2015.....	224
Figure 39 : Le Social Media Centre de Dell Montpellier en 2015.....	226
Figure 40 : Un poste de travail d'un SMACCM à Dell à Montpellier en 2013..	227
Figure 41 : La grande salle relax de Dell à Montpellier	229
Figure 42 : Le bar, le restaurant et le coin relax de Dell Montpellier.....	231
Figure 43 : Une page de chat de Salesforce Chatter.	237
Figure 44 : Le profil facebook officiel de Dell Italie.	238
Figure 45 : Il Social Media Listening Center de Dell in Texas, USA et une image de Radian6.....	239
Figure 46 : L'interface de Radian6 est utilisée par l'utilisateur hispanophone...	241
Figure 47 : Le profil Facebook officiel d'Alienware.	243
Figure 48 : Modello di trascrizione di Suchman (1987).	246
Figure 49 : Le Social Media Centre de Dell Montpellier en 2015.....	255
Figure 50 : Le Social Media Centre de Dell Montpellier en 2016.....	256
Figure 51 : L'infrastructure technologique de la Social Media Team1	258
Figure 52 : Le manuel (Workbook) de l'Université de Dell	261
Figure 53 : Compétences professionnelles des SMACCM.....	277
Figure 54 : la centralité du SMACCM dans le processus d'interaction avec les clients de Dell sur les médias sociaux.....	280
Figure 55 : Le compte Twitter française officiel de Dell Vous Aide.....	289
Figure 56 : Corpus Twitter – Tweet 1: Dell Vous Aide.....	291
Figure 57 : Corpus Twitter – Tweet 1: Dell Vous Aide.....	292
Figure 58 : Corpus Twitter – Tweet 1: Dell Vous Aide.....	293
Figure 59 : Corpus Twitter – Tweet 2 : Dell Vous Aide.....	293
Figure 60 : Corpus Twitter – Tweet 3: Dell Vous Aide.....	295
Figure 61 : Il <i>Tweet</i> entre sphère d'activité et matériaux d'assistance aux clients.	296
Figure 62 : Corpus Twitter – Tweet 4: Dell Vous Aide.....	296
Figure 63 : Corpus Twitter - Logo et description du profil Twitter Dell Aiuta Italia.....	298
Figure 64 : Tweet 5: Intersubjectivité dans la configuration question/réponse. .	298

Figure 65 : Tweet 6: objets partagés	300
Figure 66 : Tweet 7: Mediations.	301

Index des Tableaux

Tableau 1 : comparaison entre une ethnographie conventionnelle et une focused ethnography (Knoublauch 2005 : 4).	136
Tableau 2: Schéma détaillé des entretiens et de l'observation des pratiques professionnelles des SMACCM à Dell	141
Tableau 3 : Détail de l'observation et des Meetings, Conference Call et <i>Workplace</i> à <i>Dell</i> et des entretiens avec témoins privilégiés	142
Tableau 4 : Différences entre l'ethnographie conventionnelle et l'ethnographie numérique.....	144
Tableau 5 : Compétences techniques et implication émotionnelle dans le réseau (Menduni 2011 : 6).	186
Tableau 6 : Temps passé sur Internet. Nombre moyen d'heures passées par les utilisateurs sur Internet chaque jour. Source : Global/webIndex, (WAS 2014 : 47).	190
Tableau 7 : Temps passé sur les médias sociaux. Nombre moyen d'heures par jour passées par les utilisateurs sur les médias sociaux (tous canaux confondus). Source : Global/webIndex, (WAS 2014 : 51).	192
Tableau 8 : Distribution de l'échantillon par sexe, âge, nationalité, et média social professionnel.	200
Tableau 9 : Parcours de formation des SMACCM.	201
Tableau 10 : Distribution de l'échantillon par ville d'étude et de travail des SMACCM.	202
Tableau 11 : Professions indiquées sur les profils LinkedIn et Viadeo des SMACCM.	203
Tableau 12 : Environnement professionnel indiqué sur les profils LinkedIn e Viadeo des SMACCM.	204
Tableau 13 : Appartenance professionnelle par secteur indiquée sur les profils LinkedIn e Viadeo des SMACCM.	205
Tableau 14 : Compétences indiquées sur les profils LinkedIn et Viadeo des SMACCM.	205

Tableau 15 : Compétences linguistiques indiquées sur les profils LinkedIn et Viadeo des SMACCM	206
Tableau 16 : Classification des plus grandes entreprises technologiques au monde. Fonte : Datamonitor 2014 ; 2015.	214

Introduction

Dans cette thèse de doctorat, il n'est pas question de défendre des visions monoculaires de la réalité, qui tendent vers certaines formes de « déterminisme ». On ne prétend pas non plus affronter, de manière exhaustive, un débat entre optimistes et pessimistes (Crouch 1999 : 243) ou entre « *apocalyptiques* » et « *intégrés* »³, sur le rôle de l'innovation technologique et sur les mutations du monde du travail et des professions, bien que ce débat soit extrêmement riche et contradictoire, à l'intérieur des sciences sociales. L'enjeu est au contraire d'examiner et de montrer l'accélération des nouvelles technologies et des médias sociaux sur la construction des réseaux de relations professionnelles des nouvelles pratiques professionnelles et l'émergence de figures professionnelles auparavant inexistantes.

Le premier chapitre de la thèse est une reconstruction du cadre théorique et de la littérature qui a guidé ce travail, en particulier des travaux d'Everett C. Hughes (1996 ; 1971 ; 2010), « précurseur et inspirateur », selon Dubar et Demazière (1997), de l'ensemble des études de l'approche interactionniste qui mettent l'accent sur le travail et sur les professions.

Dans une première partie, nous introduisons les champs disciplinaires de référence, et le débat contemporain en sciences sociales, sur le « travail » et ses transformations.

Dans un deuxième, nous mettons en valeur l'aspect polysémique du concept de « travail ». Nous faisons état également de ce que Jean Michel Chapoulie a appelée la « seconde fondation de la sociologie » (Chapoulie 1973), avec des références à la renaissance de la sociologie française d'après-guerre guidée par des intérêts américains, qui alimenté le débat sur le « travail » grâce au travail au Georges Friedmann et Pierre Naville et des chercheurs de la revue *Sociologie du*

3. Pour une reconstruction de ce débat: Formenti , C. (2011). *Felici e sfruttati: capitalismo digitale ed eclissi del lavoro*, Milano, Egea; Sartori ; L. (2012). *La società dell'informazione*. Bologna , Il Mulino; Broadbent , S. (2012). *Internet, lavoro, vita privata. Come le nuove tecnologie cambiano il nostro mondo*, Bologna , Il Mulino; Miconi , A. (2013). *Teorie e pratiche del web*. Bologna , Il Mulino; Shaw , D. B. (2008). *Technoculture: The key concepts*. Berg; Lafrance , J. P. (2009). *Critique de la société de l'information*. Parigi, CNRS Éditions; George, É., Granjon , F. (2008). *Critique de la société de l'information*. Parigi, Editions L'Harmattan; Pais , I. (2012). *La rete che lavora. Mestieri e professioni nell'era digitale*. Milano, Egea; Pais , I. (2003). *Acrobati nella rete. I lavoratori di Internet tra euforia e disillusione*. Milano, Franco Angeli.

Travail qui, plus tard, a influencé le débat sur le travail en Italie et dans les autres pays de l'Europe continentale.

La troisième partie du premier chapitre est dédiée aux récentes théories sur la fin du travail et sa dégradation.

Dans la quatrième partie, la réflexion portera sur l'importance du concept fonctionnaliste de « professions libérales » à partir de l'« École de Chicago ». On met en évidence le rôle de E. C. Hughes comme inspirateur d'une telle pensée critique et, surtout, comme précurseur de l'étude *in situ* des pratiques de travail dans les environnements de travail. On retrace les étapes de ce qui a été le discours sur les professions en prêtant une attention importante aux aspects méthodologiques d'une approche empirique qui caractérise les recherches des auteurs cités et de leurs successeurs et épigones. Enfin, on explore le débat sur la sociologie des groupes professionnels en France et la naissance de cette discipline, comme une voie originale française pour l'étude des pratiques professionnelles et de l'identité construite sur le lieu de travail. Ce courant de recherche empirique, en s'inspirant explicitement des « *professions établies* », et à partir des différents chercheurs des différentes générations de l'*École de Chicago*, se sépare de l'approche classique des études sociologiques sur le travail.

Le deuxième chapitre propose un panorama sur les problématiques de la science et de la technologie connectées au monde du travail. On définit les notions de science et technologie, on les combine avec celles de travail et connaissance et on explore les multiples approches des *STS* (*Science and Technology Studies*).

Et dans la dernière partie du second chapitre, il s'agira de chercher dans les définitions de « champs », « monde » et « arènes sociales » la place du conflit identifié dans les traditions des *STS* comme espace des controverses scientifiques et qui dans la tradition de pensée de Hughes, mais aussi des neowebériens, a vu émerger comme un champ de bataille pour obtenir la reconnaissance sociale du *statut* de « professionnel ». Suite à cette fausse ligne, on essaie également d'expliquer pourquoi travail, science, technologie et société (de la connaissance) sont « intimement » liés entre eux.

En guise de transition entre théorie et méthodologie, le troisième chapitre a comme enjeu de créer un *fil rouge* entre discours sur science et technologie, la *GTM*⁴ et certaines de ses branches importantes, le paradigme de l'action située pour étudier les pratiques de travail. Aussi, nous avons créé, à ce stade, une rapide *vue d'ensemble* sur le débat en sciences sociales sur l'utilisation et l'utilité des *CAQDAS*⁵ pour l'analyse de données qualitatives, en justifiant le choix de l'utilisation du logiciel : « *NVivo 11* ».

Les premiers trois chapitres ont été insérés au début de ce travail pour rendre plus simple la compréhension du texte. Nous avons voulu proposer, de fait, un cadre large, même incomplet, de ce qui est et a été le débat sur le travail, ses transformations, et sur le processus de professionnalisation du travail, des professions, des métiers ; dans le cadre de la sociologie du travail et de celle qui est considérée comme une de ses branches : la sociologie des professions.

En réalité, suivant une approche « *grounded* » (inspirée donc de *la Grounded Theory Method*), l'étude et la reconstitution historique et théorique à propos du débat sur le travail dans les disciplines mentionnées ci-dessus, ont été réalisées et se sont déployées en parallèle du travail de terrain (Charmaz 2000 ; 2006 ; Clarke 2005, Charmaz & Clarke 2015).

Le quatrième chapitre est strictement dédié à la reconstruction du parcours méthodologique qui a conduit le chercheur à choisir une technique plutôt qu'une autre, la lecture d'un texte plutôt qu'un autre, d'intervenir en fonction de certaines procédures, c'est-à-dire de concevoir la méthode

L'art de choisir les techniques plus adaptées pour affronter un problème cognitif, éventuellement en les combinant, les confrontant, apportant des modifications et des limites en proposant de nouvelles solutions (Marradi 1996 : 92).

La première partie décrit l'articulation des différents moments de la recherche : la construction et de la planification de la conception de la recherche, le choix des outils et des techniques, l'explication du type d'approche ethnographique menée, l'utilisation d'entretiens herméneutiques et l'ethnographie numérique.

⁴ *Grounded Theory Method*.

⁵ *Computer Assisted Qualitative Data Analysis Software*.

La deuxième partie se concentre sur les procédures construites *au fur et à mesure* pour la constitution du *corpus* et l'organisation des matériaux empiriques de la recherche à l'aide d'un *CAQDAS* pour la systématisation, l'organisation et l'analyse du *corpus*.

La troisième et dernière partie est consacrée à l'analyse effectuée, aux techniques utilisées pour l'analyse et la raison pour laquelle nous les avons choisies.

Le cinquième chapitre introduit le thème de l'émergence de nouveaux processus de professionnalisation par le biais de l'utilisation de plus en plus importante des nouvelles technologies et, en particulier, des « médias sociaux », ce qui introduit des évolutions importantes dans le processus de professionnalisation de ceux qui, généralement, sont appelés des « travailleurs du savoir » (*knowledge worker*). Par le biais de la convergence technologique et culturelle (Jenkins 2006), avec l'avènement du Web 2.0 et des médias sociaux, avoir des compétences techniques et spécialisées dans le secteur de l'informatique devient secondaire par rapport aux capacités relationnelles, de communication de connaissances spécifiques dans les sciences humaines, comme la capacité à écrire correctement dans une langue ou de tenir une « conversation » sur un chat, un forum sur différents sujets de culture générale, ou des actualités ou être en mesure d' « éditer » un texte et de gérer un profil ou une page sur une plate-forme *sociale* (Colombo 2013 : 19).

Le cinquième chapitre se structure avec une prémisse théorique à la recherche sur le terrain où sont traités plus particulièrement les thèmes de l'émergence de nouvelles figures professionnelles, de la crise de l'identité professionnelle et de la définition des limites entre professions.

La seconde partie du cinquième chapitre propose une vue d'ensemble sur les professions numériques dans le contexte des médias sociaux, expliquant les résultats d'une recherche sur un échantillon d'une centaine de profils de *SMACCM* conduite sur deux réseaux de *social networking* professionnels (*LinkedIn* et *Viadeo*).

Dans la dernière partie du cinquième chapitre, enfin, on introduit, par le biais d'une introduction historique la recherche sur le terrain, la prolongation de

l'expérience à *Dell* les premières phases de la négociation et de l'accès au terrain ainsi que la description du champ d'observation.

Le sixième chapitre se concentre sur l'analyse et sur les élaborations menées sur les matériaux de recherche. On explore alors les dimensions (im) matérielles de la profession des *SMACCM* : les lieux de travail à *Dell* à *Montpellier* et les lieux immatériels des médias sociaux, des artefacts technologiques utilisés, les aspects descriptifs et autoreprésentatifs de la profession, et les aspects technodiscursifs des interactions avec les clients/utilisateurs sur les médias sociaux.

Les conclusions, enfin, clôturent ce travail en guise de clarification, mais, bien sûr, n'épuisent pas toutes les réflexions et les questions de recherche soulevées pendant les années pendant lesquelles ce travail de thèse a été réalisé.

1. Qu'est-ce que le travail ?

1.1 Les transformations dans le monde du travail contemporain

Dans le débat sur les transformations du monde du travail et du travail *de facto*, dans les domaines de référence de la sociologie du travail classique et des disciplines dérivées de cette dernière (sociologie de l'organisation, sociologie des professions et des groupes professionnels, sociologie économique, et industrielle), ces dernières décennies, un paradigme théorique s'est imposé qui fait état de l'avènement d'une ère nouvelle dans l'histoire de l'homme marqué par une transition historique vers un nouveau mode de production, dans un nouveau contexte sociohistorique, par conséquent, vers une nouvelle société.

Les profonds changements dans le monde du travail reflètent de tendances plus générales : des fragmentations des connaissances et des cultures, une augmentation de la subjectivité et une autonomie des personnes, une réduction de l'omniprésence des structures sociales, une domination des relations horizontales au sein des réseaux. Ces transformations ne sont pas une nouveauté absolue, mais une partie des processus sociaux déjà en place depuis la période d'après-guerre et depuis, sous l'impulsion d'investissements considérables dans la recherche : comme par exemple, les innovations et le développement des nouvelles technologies au cours de la Guerre Froide ainsi que lors d'impressionnants plans de modernisation industrielle, de restructuration, de réorganisation sociale et d'institutionnalisation des démocraties occidentales ainsi que la progressive « tertiarisation⁶ » (Olagnero 1982; Rullani 1988) du marché, des actes de travail avec l'articulation conséquente de nouvelles formes de division économique sociale et de travail.

Ces aspects sont considérés comme des expressions de l'ensemble de la transition de la société contemporaine d'un mode de production industrielle à un mode de

⁶. Par tertiarisation, nous entendons le processus spécifique des économies avancées, qui consiste en une tendance à la réduction de l'incidence du secteur industriel sur la constitution du "PIB" (Produit Intérieur Brut) et sur l'emploi, au profit du secteur tertiaire des services ; en particulier, ceux qui incluent les services à la production et aux entreprises caractérisées par le développement continu des TIC (*Technologies de l'Information et de la Communication*), et de l'informatique.

production post-industrielle ; d'une organisation du travail fordiste à une organisation de travail post-fordiste ; d'une ère moderne à un âge dit post-moderne, également identifié avec d'autres expressions comme "modernité réflexive", "modernité liquide", "modernité tardive" encore "deuxième modernité"⁷.

1.1.1 L'ère du « post »

Daniel Bell, dans « *La société post-industrielle* » (1973), soutient que les caractères distinctifs de la société post-industrielle, selon lui, se sont déjà manifestés aux États-Unis à la fin des années 50 et sont les suivants :

1. le passage d'une économie de fabrication, qui produit des biens à une économie qui produit des services ;
2. la prééminence d'une classe professionnelle et technique ;
3. la connaissance scientifique devient essentielle pour la production parce que source d'innovation ;
4. la création d'une nouvelle « technologie intellectuelle » basée sur la connaissance scientifique (Bell 1973).

À partir d'une interprétation donnée par Bell, l'idée que la production de la société post-industrielle est alimentée par les connaissances théoriques exprimées par la science émerge par conséquent ; tout contexte qui veut être compétitif doit se doter de ce type de connaissances. Il y a évidemment un lien étroit entre la connaissance comme moyen de production et les personnes qui créent ou

⁷. La bibliographie concernant le débat sur le "post" est très vaste et articulée sur différents plans. De nombreuses réflexions et des reconstitutions historiques des récents changements sociaux affrontent ce problème à partir de différents points de vue : ils mettent l'accent, d'une part, sur les transformations de la structure de production des sociétés industrialisées dans leur dimension productive et sociale avec le concept de "société post-industrielle" (Drucker, 1969; Bell, 1973; Touraine 1974a) ; d'autre part, le changement, dans l'organisation du travail est souligné notamment avec le concept de "société post-fordiste" (Amin, 1994; Boltanski et Chiapello, 1999; Zanini et Fadini 2001; Watson, 2008); et, enfin, les possibles conséquences politiques, culturelles et anthropologiques du changement sont soulignées avec les concepts de "condition post-moderne" (Lyotard 1981, texte quest'ultimo??? provient d'un rapport sur le savoir au vingtième siècle: Lyotard 1979), de "modernité radicale" (Giddens 1994), "modernité liquide" (Bauman, 2002; 2006), de "société du risque" et de "deuxième modernité" (Beck, 1999; Beck, 2000a), d'"homme flexible" (Sennett, 2000), d'"informationalisme, société de l'information" et de "*network society*" (Castells 1996, Wellman 2000), et, enfin, certains auteurs ont tenté de reconstituer le débat, depuis ses débuts en gagnant une certaine résonance dans la littérature de référence (Esping-Andersen, 1999; Kumar, 2000; Crouch, 2001; Arrighi 2003; Mokyr 2004; Harvey, 2010; Jameson, 2003).

appliquent la connaissance. Dans sa première définition d'une société post-industrielle, Bell défend que :

la société post-industrielle est une société de l'information, comme la société industrielle est une société productrice de biens de consommation (Bell 1973 : 467).

Le sociologue américain, donc, estime être en face d'une évolution d'une « société de production » à une « société de l'information » ou tout au moins qui produit des informations qui découlent de l'application du développement de la connaissance, qui associée à des services devant être liés aux valeurs d'une nouvelle société :

L'idée principale de la société post-industrielle a été la transition vers une société de services et la croissance rapide des professionnels et des ingénieurs (Kumar, 2000 : 35).

Les connaissances technico-scientifiques deviennent un moyen de production stratégique pour être compétitif sur les marchés internationaux, et on assiste à un phénomène de tertiarisation de la structure professionnelle avec une augmentation constante des emplois dans le secteur des services, et un changement dans la production des biens immatériels (Drucker, 1959 ; Bell, 1973 ; Touraine, 1974a).

Notre époque, donc, peut être considérée comme une phase de transition vers une société post-industrielle, ou peut être encore interprétée comme la régénération avec de nouvelles et d'autres modalités de créations de valeurs, bien plus évoluées, que le mode de production capitaliste

Ce nouveau mode de production, apparaît, dans les définitions qui l'ont caractérisé et marqué, et ce depuis le début, dans le débat théorique contemporain, comme en « transition » : le préfixe *post* de fait, indique que la transformation est toujours en cours et qu'il est possible de le définir qu'uniquement sur la base de ce qui a été et de ce qui n'est plus (Zanini et Fadini 2001). Nous avons vécu dans son stade embryonnaire de l'après-guerre au milieu des années 70 pendant les « trente glorieuses » (Hobsbawm 1994), dans lesquelles les conditions économiques générales et la propagande de la « reconstruction d'après-guerre » ont provoqué et ont imposé une grande croissance économique de tous les Pays occidentaux par le biais d'un nouveau modèle d'organisation du travail et d'organisation sociale : le fordisme.

1.1.2 Deux itinéraires pour l'organisation du travail

Contrairement à ce qui est habituellement pensé, le modèle de développement économique généré par la production de masse de biens matériels n'a pas été homogène, mais s'est adapté, au fur et à mesure, aux structures sociales et aux institutions traditionnelles de diverses cultures et nations. On peut tracer deux tendances principales :

1. d'une part, le « modèle américain » qui a tendance à une organisation scientifique du travail dans lequel le *taylorisme* a été porté aux extrêmes et où les revendications syndicales, bien que véhémentes sur certaines années (Brecher 2002), se sont normalisées par les grands syndicats (*trusts*) américains établis dans les véritables centres de pouvoir et, enfin, dans le *one best way* américain de « l'État minimum », dans le plein respect des principes directeurs de la Charte constitutionnelle — américaine et du marché libre ;
2. d'un autre côté, le « modèle européen » et, d'une certaine façon, « continental », qui suppose des formes plus variées qui s'adaptent aux modèles et aux institutions en place : face à des institutions publiques déjà consolidées et des modèles d'organisation bureaucratique centralisés (comme le modèle français par exemple), les nouvelles réflexions sur les modèles d'organisation du travail et ses modèles de production provenant des États-Unis sont promus par des initiatives liées notamment aux investissements du *Plan Marshall* et à l'initiative de l'*UNESCO*⁸, qui sont à la base de l'influence américaine sur la pensée européenne d'après-guerre, en particulier dans le domaine des sciences de gestion, de l'entreprise, de la naissance de la sociologie du travail dans des pays comme la France
3. et, enfin, la création d'instituts de recherche⁹ et d'initiatives académiques dans le domaine des sciences sociales pour le développement de la

⁸. L'*Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture* a été créé en 1945, a son siège à Paris et est un organisme international qui a été, et est encore, directement impliqué dans la diffusion et le développement des sciences sociales. <http://goo.gl/iZfPWT>

⁹. En 1951, par exemple, est née l'ISST (*Institut des Sciences Sociales du Travail*) à Paris. Un document du *Commissaire général à la productivité française* indique ceci : “La formation de ces chercheurs seront

sociologie en Europe¹⁰. Du point de vue américain, le financement et la diffusion des sciences sociales ainsi que les modèles d'organisation du travail, et de l'entreprise à travers l'atlantique en Europe avaient, bien sûr, une raison « idéologique¹¹ ».

La « *via americana al lavoro* » — et d'une certaine façon, les nouvelles formes de l'organisation scientifique du travail ainsi que la volonté de créer une classe dirigeante avec une forte culture de l'entreprise se confrontaient, notamment en essayant de faire superposer deux idéologies dominantes dans l'Europe continentale et en les opposant entre elles : la pensée marxiste dans toutes ses formes (le communisme, le socialisme et la démocratie sociale) et la pensée catholique. Ces dernières avaient « spéculé » sur la condition des ouvriers dans les usines et sur les politiques de revendication syndicale en essayant d'alimenter les sujets suivants :

1. la construction sociale d'un objet politique représentant la classe ouvrière, le « mouvement ouvrier » ;
2. en cherchant à colmater la croissance hégémonique sociale, d'une part, et politique et culturelle, d'autre part.

menées, soit, sur le plan national grâce au *Centre d'Etudes Sociologiques*, soit grâce au commerce international avec les Etats-Unis ou l'Angleterre, en particulier. (*Commisariat général à la productivité*, 1954). Même dans le *Plan Marshall*, il y avait une clause consacrée à une part du fonds à la recherche sociale et qui furent destinés au financement de l'ISST (Crozier; 2002: p. 107).

¹⁰. On pense aux nombreuses bourses d'études offertes par les grandes fondations américaines : "Grâce aux bourses octroyées par la *Fondation Ford & Rockefeller*, F. Bourricaud, M. Crozier, H. Mendras, A. Touraine, J.-R. Tréanton, et beaucoup d'autres qui ont participé à deux cents missions de productivité se sont précipités vers les Etats-Unis pour apprendre la mesure de la valeur praxéologique des sciences sociales" (Avril & Vincent 1988: articles 165 et 166).

¹¹. Preuve de ce qui peut être rappelé, une conférence internationale à laquelle participeront, entre autres, Adriano Olivetti et la rédaction du journal *Mercurio* de Milana. Pour la France, a été invité Georges Friedmann, pour son livre *L'heure du choix* source d'inspiration pour la lutte anti-communiste. Dans le compte-rendu de la conférence, on peut lire : "Galbraith appelle les intellectuels à se trémousser de la foi sociale pour le bénéfice de la science sociale. Dans cette étape, la sociologie doit effectuer un choix, et les deux sociologues de l'Université de Columbia à New York présente, Seymour Martin Lipset et Daniel Bell, se sont engagés dans un travail de renouvellement de l'analyse. Lipset a développé une approche révisionniste de la classe ouvrière qui attaque frontalement les dogmes des intellectuels progressistes : "la classe ouvrière, dit-il, ne peut plus être considéré en soi, comme une forme de liberté [...] La communication de Daniel Bell représente une autre forme du révisionnisme sociologique, qui s'efforce de démontrer que les vieilles notions de société de masse et de capitalisme (développés dans les années 30) ne sont plus pertinents pour penser la société contemporaine". (Germino 1995: 218-219).

1.1.3 Le compromis social du capitalisme industriel

L'exportation et l'expansion des sciences sociales dans l'Europe d'après-guerre devaient prendre en charge une fonction de « pacification sociale¹² » où ce que Karl Marx a appelé 'rapports de production' (Marx 1980) et la sociologie des 'relations de travail' (*industrial relations*), pouvaient être affrontées en terme d'objectifs d'étude et de recherche et non en termes de conflits sociaux¹³. Cette rencontre des cultures, des traditions de recherche et d'idéologies différentes a conduit à d'intéressantes « expériences en ingénierie sociale » (comme celle d'Adriano Olivetti à Ivrea), qui ont caractérisé des approches originales pour la construction de l'Etat « social » et dans les politiques de la concertation entre l'État et les syndicats (comme dans l'exemple français où on arrivera à la négociation des « 35 heures »¹⁴). Tout cela a favorisé la mise en œuvre d'un « compromis social et du capitalisme industriel » (Castel, 2009 : 19), où, à travers « une négociation collective entre les parties sociales » (Castel, 2009 : 18), y compris les parties, socialistes et sociales des démocraties européennes,

le capitalisme industriel, à la fin de sa période de grands développements est ainsi arrivé à promouvoir une "gestion réglementée" de ces inégalités (Castel, 2009 : 16).

En commençant par satisfaire les demandes, dans une dimension réformatrice des organisations de travailleurs et des parties de gauche :

L'objectif principal suivi est le partage des biens de la croissance. Chaque catégorie socioprofessionnelle, obtient une certaine amélioration de sa situation, tout en considérant que, en général, ils n'en ont pas obtenu assez. Mais il peuvent penser également que en six mois ou un an, ils remettront les

¹². L'arrivée de la "culture technique" des USA se mélange en Europe aux idéologies dominantes dans la politique et dans la société d'après-guerre : l'église catholique et celle marxiste. Ce *mélange* a donné naissance à une « révolution des techniques à moitié » : "La forte influence des deux idéologies, de fait, limite l'approche uniquement fonctionnelle de la sociologie proposée par les américains, et la réélabore, l'amenant sur des positions et des objectifs qui s'inscrivaient dans une tradition de l'étude du travail industriel, qui avait des racines dans la période de l'entre-deux-guerres" (Franco 2009: 289).

¹³. Les sciences sociales ont été utilisées, par exemple, également dans la formation des cadres syndicaux (Franco, 2009).

¹⁴. Le "la Loi d'orientation et de relance pour la réduction du temps de travail approuvée par l'Assemblée nationale française en 1998 et entrée en vigueur en 2000 sous le gouvernement de la "gauche" plurielle" de Lionel Jospin, a fixé la durée légale du temps de travail salarié à temps plein en France à 35 heures par semaine au lieu des 39h en vigueur précédemment (Estrade Et Ulrich, 2002). Cette politique publique a eu un grand impact sur le débat sur le travail dans d'autres Pays européens où, dans ces années-là, les "35 heures" sont inscrits dans l'agenda politique de presque tous les gouvernements en charge. Rappelons, comme en Italie, par exemple, que la bataille pour les 35 heures a été un point d'ancrage dans les années 90, du programme politique du Partito della Rifondazione Comunista, dirigé par son secrétaire, Fausto Bertinotti.

cartes sur table et qu'ils obtiendront des avantages tant qu'il y a encore du grain à moudre. (Castel 2009 : 18).

Par le biais d'un certain nombre de mesures de réforme et de différentes façons, pratiquement sur la même période, l'ensemble des pays industrialisés a lancé un vaste plan de réorganisation sociale en mettant en œuvre de nombreuses réformes structurelles sur le plan social qui avaient vu jour à la fin du XIXe siècle, avec la création de systèmes nationaux de santé (Giarelli et coll. 2009 : 450-452), par exemple, des systèmes d'éducation nationale (Minello 2014), créant ainsi un « welfare state » : c'est le cas du « *Rapport Beveridge* » (*Report of the Inter-Departmental Committee on Social Insurance and Allied Services*), un rapport sur la sécurité sociale et ses services connexes, rédigé en 1942, sur la base de la réforme de l'Etat-Assistance en Grande-Bretagne, mis en place par un gouvernement travailliste en pouvoir en 1945 ; c'est le cas, par ailleurs, de la « *Conference de Bretton Woods* » de 1944, souhaitée fortement par John Maynard Keynes et préparée avec deux années et demi d'avance afin d'amener les pays industrialisés à un accord sur « les règles » à imposer au capitalisme et aux marchés financiers, pour éviter une expérience comme celle de la “grande dépression” de 1929 et du chaos monétaire d'entre deux guerres.

1.1.4 Société salariale et Welfare

Ce compromis social donne forme à une « société salariale » (Castel, 2009 : 17) où

le travailleur n'est pas certain de devenir le maître du monde, ni de sa propre condition. Mais, avec ses semblables, il est le fondement d'une société salariale qui lui permet à lui-même, à sa famille et à la majorité des membres de la société, les conditions de base pour leur indépendance économique et pour une sécurité sociale et prolongée. Il est question ici d'un changement fondamental dans leur condition existentielle (Castel, 2009 : 20).

Le fordisme a été une période relativement courte de l'histoire moderne, mais a profondément marqué l'imaginaire collectif grâce à sa capacité à construire le bien-être, à travers ses institutions sociales, l'omniprésence du *welfare* (famille et travail) dans un contexte d'intégration sociale. Cette forme d'organisation du travail et de la société a créé un système de protection sociale étendu à la majorité

des citoyens des démocraties occidentales, qui est, comme indiqué ci-dessus, le résultat d'un compromis social qui a impliqué et a vu devenir protagonistes, les partis sociaux — démocrates et réformistes :

[.] des réformistes de gauche, ont été cooptés dans un processus de construction du compromis historique entre un capital, un travail et un État, fondé sur les politiques de welfare, sur la distribution de salaire de manière indirecte par le biais de la dépense publique et sur les stratégies de redistribution des revenus visant à promouvoir la croissance contemporaine de productivité, de la consommation et des profits. Dans ce nouveau contexte, le travail n'est pas conçu comme l'objet d'un processus de libération, mais plutôt comme le fondement de tous les droits de citoyenneté. La culture du travail qui imprègne la société du XXe siècle, au point de la rendre incapable d'améliorer des activités qui ne sont pas directement ou indirectement productives ; ce sont des citoyens — e si gode dei relativi diritti — seulement si, dans la mesure dans laquelle il y a des travailleurs : de qui ne travaille pas ne mange pas à seulement qui travaille mange » (Formenti 2011 : 84-85).

Le changement des processus de production, la délocalisation des usines, des entreprises, la mondialisation de la finance vont de pair avec l'érosion des certitudes d'une première modernité, acquise à l'État social avec le modèle de production fordiste et la politique économique keynésien. Aux yeux de l'observateur se présente un scénario qui est instable, ce qui ébranle les certitudes acquises et qui conduit, inévitablement, à développer une nouvelle conception du travail ou de modifier la conception même du travail déjà en vigueur.

1.2 Polysémie et ambiguïté du concept de travail

Après cette introduction sur le bouillonnement intellectuel créé autour des nouveaux « futurs imaginaires » (Morcellini & Sorice 1998), il est nécessaire de prendre du recul et d'essayer de reconstruire rapidement l'histoire du concept de travail. Déjà Georg Wilhelm Friedrich Hegel a attribué au travail un rôle central dans le processus de reconnaissance sociale¹⁵ (Hegel, 1995) ; pour Karl Marx, à l'inverse, le travail est, dans le même temps, un trait anthropologique de l'humanité (l'*essere* de l'homme est déterminé par la façon dont il se procure les moyens de subsistance), et est un élément pour décrire l'organisation sociale (les modes de production) et pour expliquer le conflit de classe en tant que moteur de l'histoire. La tradition marxiste est néanmoins divisée sur l'interprétation des modes de production et de leur succession, et sur le point de vue suivant à savoir si le communisme est émancipation « du » ou « à partir du » travail.

Les deux points de vue illustrés ci-dessus, de fait, impliquent de lire les changements dans le monde du travail à travers la lentille d'une « *visione unilineare di sviluppo storico* »¹⁶ (Melotti, 1971) : par la succession de phases historiques différentes dans une seule direction pour l'humanité, qui, dans une vision, darwiniste, prend les traits d'un chemin évolutif déjà marqué.

En effet, les positions de ceux qui voient la naissance d'un nouvel ordre mondial, soutenue par la naissance d'un nouveau mode de production, dont l'actuel capitalisme mature et financier représente seulement l'antichambre d'une nouvelle société basée sur de nouvelles infrastructures technologiques et de

¹⁵. Dans la "*la Phénoménologie de l'Esprit*" Hegel pose la question de la "dialectique serviteur-maître" : la reconnaissance sociale et entre ces deux figures, ce que Hegel ne donne pas pour acquis, qui ne peut que passer par une période de conflit entre les autoconsciences, qui ne prendra pas fin avec leur mort, mais avec la subordination de l'un à l'autre dans la relation de serviteur à maître: le maître est celui qui, mais pour affirmer son indépendance, a mis en danger sa vie ; tandis que le serviteur est celui qui, à un certain moment, a préféré la perte de son indépendance, c'est la servitude, afin de se sauver la vie (Hegel, 1995: 275-289).

¹⁶. "Un schéma de développement historique est une représentation simplifiée des structures qui caractérisent les différentes formations economico-sociales et de leurs lois fondamentales du mouvement, construit pour faciliter la compréhension du processus de développement historique réel, réellement vérifié dans le passé, et bien sûr dans le présent, et raisonnablement envisageable, sur la base des tendances actuelles, pour l'avenir" (Roberts 1971: 17-19). "[...] pour Marx et Engels, le schéma de développement historique est un modèle heuristique, qui, bien que n'épuisant pas la réalité historique qui est toujours extrêmement complexe, ne s'oppose pas à elle, mais il en saisit le sens profond [...]" (Roberts 1971: 19).

télécommunications sont les positions de ceux qui considèrent que cette dernière est, en réalité, une nouvelle phase du capitalisme industriel, qui, au cours de la deuxième partie du XXe siècle a changé de visage, poussant au maximum l'idée libérale d'un « État minimum » avec une réduction conséquente des dépenses sociales, la privatisation conséquente du secteur public et le passage essentiel d'une économie réelle à une économie financière après la décision, en 1971, de la *Réserve Fédérale* des États-Unis d'Amérique. Ceci implique de dévaloriser le Dollar de l'unité de mesure du cours de l'or et de l'attacher à un système de taux de change flexible et, par conséquent, aux fluctuations des actions du marché (Castronovo 2002). Ces deux positions, donc, suivent un schéma unilinéaire de développement historique, où l'histoire et — dans ce cas spécifique, l'histoire des modes de production et des rapports de production entre forces de travail et ceux qui détiennent les moyens de production — est vu et interprété comme un enchaînement de passage d'une phase à une autre de développement économique et d'évolution sociale.

De nombreux auteurs, déjà dans les années 70, avaient souligné qu'une vision de ce type, extrapolée des interprétations de ses épigones, est, en effet, dans la pensée de Marx, beaucoup plus complexe et complète : en prenant en compte quelques-uns des écrits du philosophe de Trèves, jusqu'à un certain moment peu étudiés et peu traduits, comme les articles sur la question de l'Asie publiés sur le *New York Daily Tribune* et, en réalité, écrits à la main par Friedrich Engels et seulement signés par Marx (Marx & Engels 2008) ; quelques passages des *Grundrisse* (Marx 1968) et du *Capital* (Marx 1980) mettent en lumière que la conception du développement historique par Marx est bien plus large jusqu'à théoriser un « schéma multilinéaire du développement historique » (Melotti 1971) en mesure de considérer les aspects et les caractéristiques d'aires géographiques très distantes entre elles comme le Japon, l'Inde, la Chine, la Russie, dans la perspective d'un projet historique général sur le destin de l'humanité vers le communisme (Wittfogel 1968; Godelier 1970; Garaudy 1970; 1971; Melotti 1971; Balibar 1994). Ce schéma multilinéaire présente une lecture de la modernité et du mode de production capitaliste en tant qu'un produit de différents modes de

production économique-sociale nées et développées en parallèle dans différents contextes sociaux et géographiques :

Notre schéma est basé sur les différentes modifications de la communauté primitive, sur laquelle Marx s'est surtout concentré dans le *Grundrisse*, et de leurs différentes formes de développement et de dissolution ; il prend en compte le mode asiatique de production, qui ne réduit pas et rend pas secondaire une modalité esclavagiste et féodale, mais ne relègue pas dans un passé lointain, entre les brumes de leurs origines ni ne l'élève indûment à un stade universel ; rend compte de quelques particularités du développement historique réel que Marx n'a pas négligé dans son analyse, mais auquel il n'a pas été donné jusqu'à maintenant suffisamment d'importance théorique [.] notre schéma diffère profondément de tous les paramètres unilinéaires mentionnés ci-dessus qu'il place à côté de d'autres, en principe – et non pas l'un après l'autre — les différentes formations économique-sociales le pré capitaliste, avec l'exception partielle et seule de l'époque féodale qui a vu certaines régions de l'Europe s'est superposée à celle esclavagiste [.] (Melotti, 1971 : 49-52).

Une conception de ce type entre en conflit, d'ailleurs, avec la « théorie des stades » de développement économique et de modernisation (Rostow 1962).

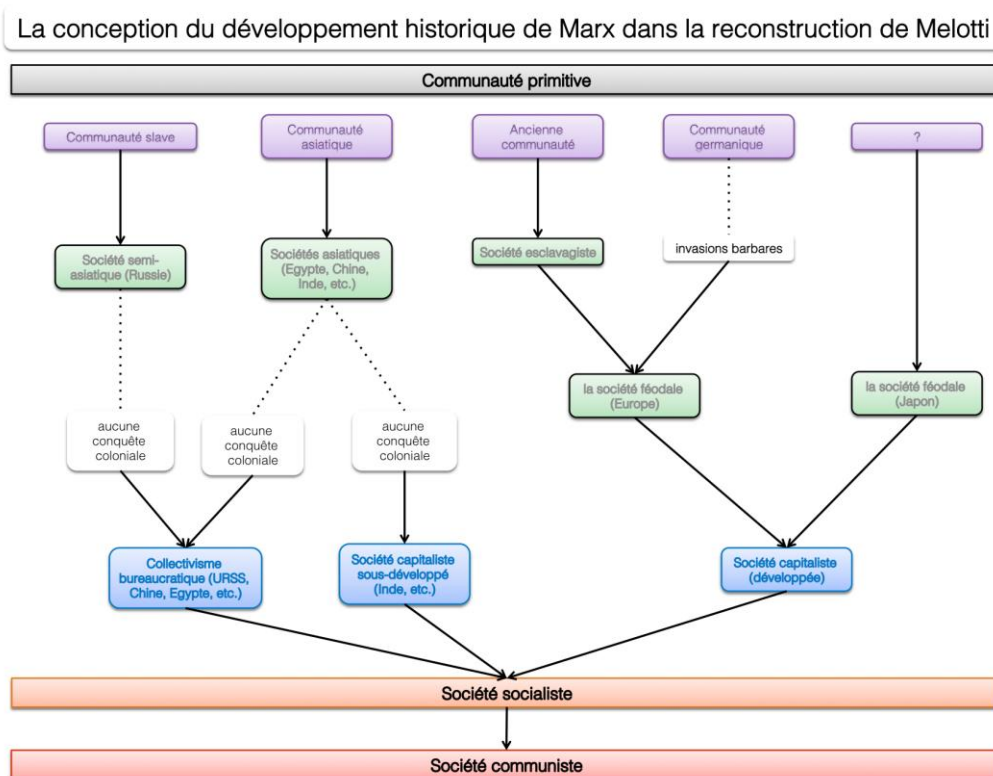


Figure 1 : Le schéma multilinéaire du développement historique de Melotti (1970 : 53).

Ces modes de production ont été en mesure de croître et de se développer, comme précisé ci-dessus, dans différents régimes institutionnels, dont certains, presque de façon rigide, fermés au monde extérieur : on pense, par exemple, au mode de production féodal, dans le Japon et de son isolement, où une caste, celle des

Samouraïs, interdit tout échange ou contact avec les régions limitrophes (Melotti, 1971 ; Benoît, 1995 ; Grenats 2008). Cet isolement a limité l'expansion des marchés et des échanges culturels, jusqu'à ce que, à travers le développement de la cartographie et l'époque des grandes expéditions exploratoires « à la recherche des Indes » et, par conséquent, sur de nouveaux territoires et espaces sur lesquels il était alors possible d'étendre son influence ainsi que sa propre domination pour tirer parti de la force de travail, des ressources naturelles et des richesses pouvant être apportés dans la patrie ; de nouveaux marchés se sont alors ouverts, de nouveaux horizons et le mercantilisme ont été en mesure de se développer par mer et par terre et de devenir de nouvelles formes d'échanges et de commerce (Sloterdijk, 2005).

1.2.1 Les protagonistes et les lieux du travail moderne

Sur cette période, les échanges entre cultures lointaines se sont intensifiés ainsi que les modes de production et les activités, l'action physique humaine, les pratiques de production ont commencé à se transformer et à changer à l'intérieur des différents contextes « conteniteurs » sociaux que nous appelons, aujourd'hui, société.

À l'aube de la première révolution industrielle, la richesse et les nouvelles matières premières importées des nouveaux marchés créés sur les routes navales des grandes compagnies maritimes des puissances coloniales, avaient déjà créé de nouveaux besoins et de nouveaux produits pour la population européenne, surtout dans les classes moyennes. Dans la stratification sociale, néanmoins, une nouvelle figure a fait son chemin : celle du « commerçant » qui, en accumulant un capital discret, s'installe dans la ville et investit dans une activité commerciale et productive, déployant une force-travail substantielle au sein de la population, en attirant des personnes des campagnes. La ville moderne commence alors à se structurer au travers de ses sites de production et de ses institutions. Un flux migratoire des campagnes vers les centres urbains commence alors : une « proto-urbanisation ».

Une transformation, dans ce qui est appelé activités et pratiques du produire correspond aussi à ces transformations dans les organisations économiques et sociales : Le « travail » naît comme conception de l'homme moderne. Dans les grandes villes, une petite classe « col blanc » se développe, embryon de la bureaucratie moderne et une catégorie d'employés se développe dans les activités commerciales qui offrent des biens de première nécessité et de services. Ils commencent à créer ce que Marx définira « rapports de production »¹⁷ (Marx 1980) et qui, dans le jargon de la sociologie du travail, sont définis « *industrial relations* » (Dunlop 1958) dans la littérature anglophone et « *relations professionnelles* » (Bevont & Jobert 2011) dans la littérature francophone. Les premières associations de travailleurs commencent à émerger et ces derniers commencent à se réunir dans des lieux déterminés pour se rencontrer, discuter de leurs propres pratiques de travail et de ce qui sera appelé « conflits syndicaux » sur le lieu de travail. C'est donc avec la révolution industrielle, toutefois, que le travailleur moderne trouve son « *topos* », le lieu symbolique qui représente sa condition humaine (Arendt 2001) : l'usine. C'est dans ce lieu et autour de celui-ci que se créent des intérêts collectifs et se construisent des institutions qui garantissent l'intégration sociale dans la société moderne (Magatti, De Benedittis 2006).

Le travail, dans son acception moderne, se distingue fortement des activités et pratiques productives des formations económico-socialo — féodales du continent européen. Les sociétés dites pré-modernes étaient fondées sur une division rigide en castes et en classes sociales dans lesquelles il n'y avait aucune mobilité sociale : la condition sociale et le rôle et le *statut* étaient imposés par une naissance, par un rang et par une « volonté divine ». Dans une telle société, les classes inférieures n'étaient pas seulement contraintes de produire des moyens de subsistance pour eux-mêmes et pour leurs proches de la culture de la terre avec leurs propres moyens de transport, mais ils devaient également rendre compte au propriétaire terrien, au seigneur féodal, qui était le seul médiateur, entre le pouvoir souverain et le peuple, et, par conséquent, ce dernier se trouvait dans des

¹⁷. Par rapports de production, Marx se réfère à ces relations qui, dans un système de production, relient les personnes impliquées dans le processus de production avec une modalité qui n'est pas seulement paritaire, mais de dépendance et d'exploitation : le maître-ouvrier, propriétaire-travailleur. L'ensemble des rapports de production constitue la structure économique de la société.

conditions d'exercer son pouvoir sur les choses et les personnes : les choses — et parmi ces choses, étaient inclus les serfs — de sa propriété, dans une pleine légitimité qui lui est venue d'un droit divin acquis à la naissance. Dans les sociétés féodales, par conséquent, il n'y avait pas de rapports de production entre le seigneur et ses sujets, et le travail dans son sens moderne n'existait même pas¹⁸ dans lequel, d'une part, quelqu'un qui, ne possédant pas les moyens de la production adéquats et même les moyens de subsistance venant de sources de revenus, est contraint de vendre sa propre force de travail et de recevoir une compensation en argent, le salaire, qu'il peut dépenser sur le marché pour se procurer des biens de première nécessité ; d'autre part, quelqu'un qui a déjà accumulé un capital (dans une accumulation d'origine ou primitive dans le langage marxiste) et a investi une partie de ce capital (qui peut être aussi héréditaire et, par conséquent, on pourrait parler également de patrimoine) dans la construction ou dans l'acquisition de moyens de production de biens et de produits à vendre sur les marchés. Dans ce cas, les relations de production existent et sont indispensables à la bonne réussite de l'entreprise sociale : les deux parties sociales, bien que n'étant pas sur le même plan du point de vue de la détention des moyens de production, ont toutes les deux un rôle crucial dans la production de biens, c'est-à-dire de marchandises destinées à la vente pour tiers et non pour une utilisation et une consommation de ceux qui les produisent (Marx, 1980). Le capitaliste détient les moyens de production : les usines et les machines, mais aussi l'organisation d'entreprise, sans laquelle les marchandises ne peuvent pas être produites et mises sur le marché ; le travailleur moderne (et donc l'ouvrier) détient, pour sa part, la force-travail, c'est-à-dire le temps et les compétences techniques et intellectuelles nécessaires pour accomplir des actions déterminées mécaniques et répétitives, sans laquelle les marchandises ne peuvent pas être

¹⁸. Pour une reconstruction historique de la "transitions en douceur" (Freitag et coll. 2012: 49) " d'une forme de travail à une autre jusqu'à atteindre le travail salarié dans les sociétés industrialisées, prend, ici, en considération la reconstruction entre les différentes formes du travail de Marcel van der Linden, dans son essai, "*Qui sont les travailleurs?*" (Freitag et coll. 2012: 49-69). L'historien néerlandais fait une distinction entre: des "formes intermédiaires entre travail salarié et esclavagisme", "formes intermédiaires entre esclavagisme et travail autonomes", "formes intermédiaires entre l'esclavage et l'auto-emploi", "formes intermédiaires entre le travail salarié/esclavage/auto-emploi et sous-classes" et de nouvelles formes de travail "hybrides" (Freitag et coll. 2012: 52-69).

créés, ni modélisés, et ne peuvent pas prendre la forme avec laquelle elles sont vendues au consommateur final¹⁹.

La dérive « lavoriste »

Grâce à la croissance et à l'intensification des rapports de production, qui dans la vision marxiste sont compris dans le « conflit entre capital et travail » (Marx 1980) et donc dans un affrontement entre les deux parties, dans une lutte de classe pour l'appropriation des moyens de production, pendant plus de deux siècles d'histoire à travers des luttes pour la conquête des droits sociaux et du travail et la naissance associations de travailleurs (les syndicats généraux et de catégorie) et des partis des travailleurs (partis communistes, socialistes et socio — démocrates) — le travail rémunéré a pris les formes de protection et de garantie des droits fondamentaux des travailleurs, qui, comme nous le voyons aujourd'hui, dans le système social, de *welfare*, qui garantissent les services fondamentaux pour un libre et autonome développement du travailleur, avant même les droits de la personne, comme il est clairement indiqué dans la Constitution italienne, fruit d'un compromis d'après-guerre entre catholiques, libéraux, socialistes et communistes :

L'Italie est une République démocratique fondée sur le travail (Art. 1) ; C'est le devoir de République d'éliminer les obstacles d'ordre économiques et sociaux qui, en limitant, de fait, la liberté et l'égalité des citoyens, entravent le plein développement de la personne humaine, et la participation effective de tous les travailleurs dans l'organisation politique, économique et sociale du Pays. (Art. 3) ; La République reconnaît à tous les citoyens le droit au travail et favorise les conditions qui rendent effectif ce droit. Chaque citoyen a le devoir de mener, en fonction de ses possibilités et son choix individuel, une activité ou une fonction qui contribue au progrès matériel et spirituel de la société. (Art. 4) ; la République protège le travail dans toutes ses formes et ses applications. Elle prend soin de la formation et de l'élévation professionnelle des travailleurs Elle promeut et soutient les accords et les organisations internationales visant à affirmer et réglementer les droits du travail. Elle reconnaît la liberté d'émigrer, au préjudice des obligations fixées par la loi dans l'intérêt général, et protège le travail italien à l'étranger. (Art. 35) (Scognamiglio 1978).

De cette façon, une empreinte « lavorista ²⁰ » est donnée aux sociétés industrialisées et le travail, ainsi conçu, prend un rôle crucial dans la construction de l'identitaire et dans les « trajectoires biographiques » (Dubar 1992; Dubar

¹⁹. Sur la complexité de la marchandisation de la force de travail, cf. van der Linden, en Freitag et coll. 2012: 46-49.

²⁰ C'est-à-dire une idéologie du travail où le travail devient la seule chose indispensable pour l'existence humaine.

1998; Dubar et Demaziere 2000) et existentielles de l'individu moderne. Le travail, par conséquent, outre le fait d'assumer un rôle central dans l'existence humaine, prend l'apparence d'une vraie « idéologie », dans le sens marxiste du terme, et aussi dans son usage courant. Le travail, dans les sociétés industrialisées, devient aussi le seul moyen pour les classes moins aisées d'accéder à une condition sociale et humaine plus profitable et de gravir vers le sommet de la pyramide sociale : le travail devient un « symbole » de revendication et de rédemption sociale et économique. Grâce au modèle scientifique de l'organisation du travail conçu par l'ingénieur américain Frederick W. Taylor et mis en œuvre par Henry Ford dans la production des voitures *Modèle T*, le travail endosse sa propre « sacralité » à travers les rythmes et horaires de travail, qui prennent une connotation de réels « rituels quotidiens » (Goffman, 1969; Turner, 1972; Goffman, 1988; Turner, 1992) — l'expression française « *méto, boulot, dodo* »²¹ (Grossin 1989 : 283) exprime cette condition existentielle, répétée régulièrement et automatiquement chaque jour exactement de la même manière, avec la même cadence comme dans une véritable « liturgie religieuse » dans laquelle le « sacré » réside dans le renouvellement des pratiques de travaux : la répétition des formules et des actions préserve le rituel religieux, mais qui, aujourd'hui, n'a conservé aucune trace des raisons qui sont à sa source.

1.2.2 Travail, activité, œuvre

Ce que nous appelons « travail », par conséquent, n'a pas eu, dans l'histoire de l'humanité, toujours le même sens, et, par-dessus tout, le sens, qui, aujourd'hui, est couramment utilisé n'a pas le même sens qu'il a eu dans le passé, dans la

²¹. “En France, depuis plus de vingt ans, à partir de la fin de la seconde guerre mondiale, la semaine de 47 heures et 30 minutes représentait la durée-type. C'était, en particulier, l'horaire pratiqué dans les entreprises de mécanique et d'électricité dans la région parisienne. D'autres secteurs avaient des horaires plus longs (construction, industrie métallurgique, extraction minière) ou plus courts (industries textiles et du cuir, avec une forte participation des femmes et industrie graphique, avec un taux élevé de syndicalisation). Il s'agissait du régime temporel qui s'est avéré être pour longtemps le plus fréquent : divisé en 5 jours de 9 heures et 30 minutes ; à cela s'ajoutait un temps de transport de 1 heure et 30 minutes (qui pouvait aller jusqu'à 3 heures) et une durée moyenne d'environ une heure pour le repas. Le temps libre a été limité au *week-end* et a été largement utilisé pour récupérer de la fatigue accumulée au cours de la semaine. Le slogan de 1968 “*méto-boulot-dodo*” a dénoncé de manière éloquent ce style de vie.” (Grossin 1989: 283).

société féodale et prémoderne où il était synonyme de « pratique », d'« activités » (Arendt, 2001). On ne se souvient jamais assez du sens que les Grecs et les Latins ont donné à ce terme. Dans « *Vita activa* », Arendt consacre un chapitre au travail, où, avant d'arriver à ses conclusions relatives à sa conception du travail dans la société moderne et de prendre en compte les réflexions de Marx à cet égard, elle développe dans divers passages et notes détaillées une réflexion sur le sens du travail dans la société antique grecque et dans la Rome antique et sur les origines étymologiques du terme, de ses dérivés, et de ses synonymes dans les différentes langues européennes modernes. Arendt part de la distinction entre « travail » et « œuvre » affirmant que

chaque langue européenne, ancienne et moderne, dispose de deux termes étymologiquement distincts de ce que nous sommes amenés à considérer comme une même activité, et conserve cette distinction, même si ces deux termes sont utilisés de façon persistante comme des synonymes (Arendt, 2001 : 59).

Les termes utilisés par les langues classiques, ainsi que les langues modernes qui en découlent, pour exprimer le concept de travail soulignent que c'est la dimension de la peine, de la souffrance imposée, du poids et de la fatigue, en raison de la prise de conscience de la nécessité d'extorquer au monde naturel les moyens de subsistance à cause de la structure ontologiquement terminée et manquante de l'homme. En grec ancien, « travail » se traduit par « *πόνος* » à partir de la racine « *pen* » (tension), la même que sur le terme latin « *poena* ». Le latin « *labor* » et ses dérivés (l'anglais « *labour* » et l'italien « *lavoro* ») signifient vaciller sous le poids, (« *labare* »), cadere (« *lapsare* ») ; « *laborare* » en latin signifie peiner et également combattre contre la maladie. Le grec qui était contraint à travailler, était un « *novnpós* », c'est-à-dire « un homme de peine », pauvre, malheureux et de mauvais esprit, parce qu'être « mauvais » était directement consécutif à une condition de vie pénible et malheureuse qui l'avait contraint à travailler. Le terme français « *travail* » et l'espagnol « *trabajo* » sont liés à « *trabs* », un énorme poids à transporter et, comme nous le verrons, une pratique de torture. L'allemand « *arbeit* » se rapproche du mot « *armut* » qui signifie « pauvreté ». Dans la note en lien avec le passage précédent, dans *Vita Activa*, on peut lire :

La langue grecque fait la distinction entre « *ponein* » et « *ergazesthai* », le latin entre « *laborare* » et « *facere* » ou « *fabbricari* », qui ont la même racine étymologique ; le français entre « *travailler* » et « *ouvrer* » l'allemand entre « *arbeiten* » « *werken* ». Dans tous ces cas, seuls les équivalents de travail ont un sens clairement lié à la fatigue et à la douleur. L'allemand « *arbeit* », est utilisé à l'origine uniquement pour le travail dans les champs, réalisé par les esclaves, et non pas pour le travail de l'artisan, appelé « *werk* ». Le français « *travailler* » a remplacé la plus ancienne expression « *labourer* », et est dérivé de « *tripalium* », une sorte de torture (Arendt 2001 : 253).

1.2.3 Le travail de notre corps et le travail de nos mains

À ce stade, Arendt intègre la distinction de John Locke entre « le travail de notre corps et de le travail de nos mains » (Locke, 1997), qui, selon lui, pour paraphraser la pensée d'Aristote dans le « *Politique* »,

fait écho à la vieille distinction grecque entre le « *cheirotechnes* », et l'artisan, qui correspond à l'allemand « *handwerkere* », ceux qui, comme les esclaves et les animaux domestiques avec leurs corps fournissent des nécessités de la vie, ou, dans le l'idiome grec, « *pour somati ergazesthai* », qui travaillent avec son corps (Arendt, 2001 : 59).

Dans un cas seulement, le plus important du point de vue linguistique, il n'y a pas d'utilisation autant antique que moderne des deux termes comme synonymes : dans la formation du substantif correspondant. Arendt écrit :

Le mot travail, entendu comme un substantif, ne désigne jamais le produit fini, le résultat de l'activité de travail, mais reste un substantif verbal (de la même manière que le gérondif, comme dans l'anglais « *working* »), bien que le produit lui-même est toujours dérivé d'un mot qui indique l'œuvre, même lorsque l'usage courant a suivi de près les développements effectifs que la forme verbale du mot « *opera* » est presque tombé en désuétude (Arendt, 2001, 59).

Dans la note qui suit, à cet égard, on peut lire :

Ainsi, pour le mot français « *ouvrer* » et l'allemand « *werken* ». Dans les deux langues, une différence de l'usage anglais actuel du mot anglais « *labor* », les mots « *travailler* » et « *arbeiten* » ont perdu le sens original de la fatigue accompagnée de douleurs. Grimm avait déjà souligné ce développement linguistique au milieu du siècle dernier : « tandis que dans une langue plus ancienne, le sens de harcèlement et de lourds travaux prédominait, et que de « *opus* », « *opera* » a été relégué à l'arrière-plan, aujourd'hui, au contraire cederniertend à émerger, alors que le premier apparaît rarement, ». Il est également intéressant d'observer que le fait que les mots « *travail* » « *work* », « *werk* », sont de plus en plus utilisés pour les œuvres d'art dans les trois langues (Arendt 2001 : 253).

Le mépris pour le travail, à l'origine, née d'une impulsion passionnelle pour une liberté de la nécessité, et d'un non moins impatience passionnée pour chaque effort qui laisse quelques traces, aucun monument, aucune œuvre digne de mémoire, ne se diffuse avec les exigences croissantes de la vie de la *polis* sur le temps des citoyens et avec son insistance sur leur abstention

(« *skholé* ») de tout ce qui n'était pas l'activité politique, jusqu'à ce qu'il a fini par se rapporter à tout ce qui exige un effort (Arendt, 2001 : 59).

Par conséquent :

Il n'est pas surprenant que la distinction entre travail et œuvre ait été ignorée dans l'antiquité classique. La différenciation entre sphère privée et sphère publique et politique, entre le serviteur domestique qui était un esclave et le chef de famille qui était un citoyen, entre les activités qui devaient être cachées dans l'ambiance privée, et celles qui méritaient d'être vues, entendues et appelées, adombrava (???) et prédéterminée toutes les autres distinctions, jusqu'à admettre un seul critère : la plupart du temps et de l'énergie sont-ils dépensés en privé ou en public ? l'emploi est-il justifié par le « *cura privati negoti* » ou le « *cura rei publicae* » ? D'un intérêt privé, ou de la prise en charge des activités publiques ? Avec l'essor de la théorie politique, les philosophes ont rejeté ces distinctions, qui avaient le mérite d'avoir dissocié les activités, les opposant à toutes sortes d'activités de manière indistincte, de la contemplation. Avec eux, l'activité politique a été réduite au niveau de la nécessité, ce qui est ensuite devenu le dénominateur commun de toutes les articulations de la *vie active*. Nous ne pouvons raisonnablement s'attendre à aucune aide de la pensée politique chrétienne, qui a accepté la distinction des philosophes, l'a retravaillé pour devenir la religion pour beaucoup et la philosophie seulement pour quelques-uns, lui attribuant une valeur générale, qui est contraignante pour tous les hommes » (Arendt, 2001 : 61).

1.2.4 Animal laborans Vs Homo faber

En partant de ce point de vue, Arendt fait une critique de la conception serrée de la conception du travail dans la pensée de Marx. Pour Arendt, Marx, influencé par les économistes classiques et fasciné par l'extraordinaire capacité du capital à développer les forces productives, la responsabilité d'avoir confondu le travail, entendu comme pure dépense d'énergie biologique, la condition de « *animal laborans* », avec l'œuvre, qui correspond vice versa avec la créativité et de la capacité intellectuelle et la capacité de projection de l'« *homo faber* » (Arendt, 2001). Cette vision est affectée par un « vice d'origine » parce que Marx, héritier des économistes classiques a, comme on l'a dit plus haut, la conviction que le travail est une catégorie anthropologique, « naturelle ». C'est seulement le premier type d'activité, comprise comme un effort physique qui peut être réduit à une abstraction et de faits quantifiables et mesurables que Adam Smith (1977) et le même Marx (1980) ont théorisé ; alors que l'œuvre reste selon Arendt, l'attribut de la libre activité intellectuelle de l'être humain. En acceptant le point de vue de Smith, et en attribuant au capitalisme — selon les préceptes de l'historicisme et de la méthode dialectique — le devoir de développer la force productive du travail

social jusqu'à une limite extrême compatible avec les rapports de production fondés sur la propriété privée, tout en créant les conditions de cette façon les prémisses pour le passage au socialisme et par conséquent, la libération du travail :

Marx a, paradoxalement, contribué à neutraliser la charge utopique de ses propres théories, ouvrant la voie au triomphe de la conception « lavorista » qui aura dominé l'ensemble de la culture du XXe siècle. L'*animal laborans* s'est avéré être, en fait, capable de garantir une augmentation considérable quantitative de la richesse, mais ce règne de la quantité, au lieu de créer les conditions pour l'émancipation de l'*homo faber*, a encouragé l'avènement d'une culture consummiste moderne. De cette façon, le champ de l'aliénation n'a pas seulement diminué, mais, au contraire, s'est étendu de la sphère productive à la sphère privée (Formenti 2011 : 88).

Dans cette perspective, la *querelle* s'est déplacée du « libérer le travail » à « libérer toute la société du travail »²². Le travail salarié est conçu chez Marx comme la dernière et plus productive forme de l'organisation du travail, au-delà de celle-ci le libre développement des forces productives humaines et le communisme réalisé se projettent, dans lesquels toute exploitation de l'homme sur l'homme cesse, le travail devient une activité libre, et la structure de domination externe de l'Etat disparaît²³. Le travail, tel qu'il est entendu est connu dans les sociétés industrialisées est, par conséquent, est un concept relativement jeune dans l'histoire de l'humanité : un concept qui en deux siècles a subi d'innombrables changements sémantiques et idéologiques, et qui, aujourd'hui, selon les théoriciens de « fin du travail » (Dharendorf 1977 ; 1984 ; 1988 ; 1986 ; Offe 1986 ; Gorz 1982 ; 1992 ; 1994 ; 1998 ; 2003 ; 2009 ; Rifkin 1995 ; Méda, 1997a ; 1997 b 1998 ; 2005 ; 2010 ; Beck, 2000a ; 2000 b), est probablement

²². Selon l'ouvriérisme et le néo-ouvriérisme du célèbre "*Fragments sur les machines*" de *Grundrisse* Marx avait déjà considéré le dépassement du capitalisme et du travail salarié à travers le développement du rôle de la connaissance et de la science (*general intellect*), encore identifié avec le système des machines semi-automatisées (Marx, 1968: 389-411) et aujourd'hui, selon ces recherches, on se réfère principalement à la coopération intellectuelle et linguistique du "travail vif". Dans cette perspective, aussi bien l'expérience de la "socialisme réel" que la variante réformiste socialo-démocratique d'une société de producteurs ont été réfutées, les pays émergents contre le néo-libéralisme qui veut precariser en plein travail, et dans une perspective post-socialeiste – un plan de libération de la main d'œuvre, qui émancipe l'individu socialisé du parasitisme du capital et des logiques productivistes. La force-travail est une puissance du produire, ce qui signifie, aujourd'hui, de communiquer en termes scientifiques, et relationnels. Le travail et la vie se mêlent dans la société post-fordiste de façon inextricable, et c'est la nouvelle terre de l'exploitation et de la lutte de libération (Hardt & Negri, 1995; 2001; 2004; 2010).

²³. Cependant, dans la tradition marxiste se sont affrontés avec des tendances à l'exaltation du travail en tant que créateur de civilisation, une fois éliminées toutes les formes d'appropriation privée (le socialisme d'Etat contre lequel Marx fait valoir dans le "*Critique du Programme de Gotha*", 1875), les critiques radicales de la centralité du travail dans la vie de l'homme associée (le soi-disant "Droit à la paresse" du gendre de Marx, Paul Lafargue), plusieurs évaluations sur la nature du travail productif.

destiné à s'éclipser lui-même et de disparaître dans sa forme connue dans les sociétés industrialisées.

1.3 Les théories sur la dégradation et la fin du travail

Le débat sur les transformations du monde du travail a soulevé de nombreuses voix différentes pour et contre cette vision d'une transition vers une nouvelle façon de produire et un nouveau type de société, suscitant également des réflexions plus prudentes et mesurées²⁴. Dans cette situation donc qui apparaît centrale — le travail et ses changements — sont lus par les uns comme que une révolution radicale (au sens de changements comme une évolution de la société et de ses formes d'organisation) dans une forme économique-sociale et dans laquelle sont organisées nos sociétés industrialisées et dans l'organisation des marchés locaux et nationaux en un marché unique global et globalisé où le travail prend une forme nouvelle immatérielle, dont la valeur est produite du « *knowledge* » (de la connaissance) et est la connaissance elle-même, qui va remplacer la valeur productive des marchés (Drucker, 1959 ; Bell, 1973 ; Touraine, 1974 ; 2000 ; 2008 ; Rifkin 1995 ; Méda, 1997a ; 1997 b 1998 ; 2005 ; 2010 ; Castells 1996 ; 2008 ; Rullani 1998 ; 2004a ; 2004 b ; Bonomi, 1997 ; Bonomi & Rullani 2005) ; par les autres, comme une nouvelle phase de développement et de l'expansion d'une nouvelle forme d'un Capitalisme avancé, un « turbocapitalisme » (Luttwak 1999), qui, prenant pied dans des phénomènes tels que la

²⁴. Pour une simple exercice pédagogique, aux fins d'interprétation heuristique, pour indiquer des parcours d'étude et de recherche pour faire face à l'abondante production sur ce débat dans les sciences de l'homme et sociales); on peut distinguer différentes perspectives théoriques dans le débat sur les transformations du travail brièvement indiquée ici: les premiers théoriciens de la "société post-industrielle" (Drucker, 1969; Bell, 1973; Touraine 1974a; 2000; 2008); les théories de la "seconde modernité" (Beck, 2000a; 2000b; Bauman, 2007a; 2007b; Giddens 1991; 1994, Sennett, 2000); les théories sur la "fin du travail" (Dharendorf 1977; 1984; 1988; 1986; Offe 1986; Gorz 1982; 1992; 1994; 1998; 2003; 2009; Accornero 1980; 1985; 1992; 1994; 1997; 2000; 2001; Rifkin 1995; Méda, 1997a; 1997b 1998; 2005; 2010); les théoriciens du néo-ouvriérisme" (Hardt & Negri, 1995; 2001; 2004; 2010); les théories sur le "capitalisme cognitif" et de la "nouvelle cognitarat" (Marazzi 1994; Lazzarato 1997; Bologne Et Fumagalli 1997; Fumagalli & Bologne, 1997; Boutang 2002a; 2002b; Vercellone 2006; Bologne, 2007; Fumagalli, 2007); la théorie de la "société de l'information", la "connaissance" et du "capitalisme du numérique" (Castells 1996; 2008; Rullani 1998; 2004a; 2004b; Bonomi, 1997; Bonomi & Rullani 2005).

financiarisation des marchés, et de l'économie, de la tertiarisation du travail dans les sociétés industrialisées, la délocalisation des usines de fabrication dans d'autres aires mondiales en voie de développement ou pour rien développées, l'automation²⁵ du travail ouvrier et de l'emploi public (Touraine 1974b), la disparition des anciens et l'apparition de nouveaux secteurs productifs, avec pour conséquence, l'émergence de nouvelles figures ouvrières autonomes (par exemple, les « travailleurs autonomes de seconde génération », Bologna Et Fumagalli 1997 ; Fumagalli & Bologna, 1997) et de nouveaux professionnels de plus en plus liés au secteur des services, de la production de biens immatériels et, par conséquent, la montée d'une nouvelle division économique et sociale et travail « précarise » le travail rendant instables et fluctuants l'existence des travailleurs. (Beck 2000a ; 2000 b ; Bauman 2007a ; 2007 b ; Giddens 1991 ; 1994, Sennett 2000 ; Castel 2009 ; Hardt & Negri, 1995 ; 2001 ; 2004 ; 2010 ; Marazzi 1994 ; Lazzarato 1997 ; Bologna & Fumagalli 1997; Fumagalli & Bologna 1997; Boutang 2002a ; 2002 b ; Vercellone 2006 ; Bologna 2007 ; Fumagalli 2007).

1.3.1 La thèse de la « deskilling »

Ce type d'argumentation naît d'une réaction aux premières théorisations sur la société post-industrielle de matrice américaine (Drucker 1959 ; Bell 1973) imprégné de confiance dans la technique et dans « le sorts magnifiques et progressifs de l'humanité » (Castel 2009). En 1974, Harry Braverman publie « *le Travail et le capital monopolistique : la dégradation du travail au XXe siècle* », qui peut être considéré comme l'une des premières études où s'essaie une réflexion sur les nouvelles frontières du travail et sur les effets des changements des procédés productifs sur les travailleurs.

²⁵. "Le caractère plus évident de l'évolution technique est la tendance à l'automatisme [...] l'initiative appartient toujours moins pour l'ouvrier qui manipule la machine, et celle-ci fonctionne de plus en plus par elle-même : l'intelligence humaine, n'est plus d'utiliser la machine, mais à bien y penser, de le construire, de le régler. L'opérateur est remplacé par le surveillant, du réparateur, de la technique" (Touraine 1974b: 10).

Contrairement au « paradigme » de la montée de la société post-industrielle, selon la thèse du « *deskilling* », Braverman, au XXe siècle, décrit un processus général de dégradation du travail et d'une homogénéité croissante dans les salaires et les qualifications des travailleurs d'usine, et de bureau : il existe ainsi une tendance du capitalisme à se dégrader, c'est à dire, à simplifier et déqualifier le travail, augmentant ainsi le contrôle capitaliste sur le processus de travail par le moyen d'une séparation des activités d'idéalisation et d'exécution. L'évolution du capitalisme industriel est marqué par l'acquisition progressive/expropriation du contrôle sur la production et les processus de travail de la part des capitalistes au détriment des travailleurs. En ce sens, la première usine représente une phase immature, dans lequel le contrôle est limité au produit, tandis que l'organisation du travail est encore gérée par les travailleurs dans toutes ses phases. Le tournant est représenté par l'organisation scientifique du travail, puisqu'ayant comme principal objectif l'intervention réorganisative du contenu, le détail de la division du travail, de la répartition des connaissances et des techniques de production qui étaient auparavant le monopole de travailleurs qualifiés, sont entièrement développée et réalisés systématiquement. Trois principes, identifiés par Braverman, sont suivis par la planification du travail tayloriste :

1. la dissociation du processus de travail des qualifications des travailleurs ;
2. le monopole de la connaissance ;
3. la séparation de l'élaboration et de l'exécution.

Ceci est la substance des changements organisationnels dans les usines et dans les bureaux du XXe siècle : d'un côté, l'élimination de l'aspect finalistique conceptuel du travail réduit à une opération limitée et répétitive et la déqualification conséquente des travailleurs ; d'un autre côté, la prise en charge de la gestion complète des activités productives de la part de la direction générale ; à travers le monopole managérial de la connaissance et des techniques de travail, et l'imposition de tâches simplifiées et facilement contrôlables. Un élément décisif dans le processus général de déqualification est représenté par la « la mécanisation », dont Braverman sépare le rôle de celle de l'organisation scientifique du travail. L'utilisation capitaliste des machines est dérivée d'un contexte de rapports sociaux, dans lequel elles représentent un puissant outil de

réalisation du contrôle, capable d'accélérer l'expropriation des connaissances. L'affirmation du binôme « *management/mécanisation* » a modifié l'organisation et la structure des entreprises, du marché et des processus d'accumulation des États-nations. La thèse de la dégradation du travail a reçu beaucoup de critiques, surtout de la part d'universitaires libéraux : Craig Littler et Graeme Salaman créeront même une expression pour pointer du doigt la tendance de ceux qui se sont inspirés de cette thèse : la « *Bravermania* » (Littler Et Salaman 1982: 251-269). La partie importante des critiques adressées à Braverman gravite autour de la nature de la qualification du travail et du romantisme du travail manuel, qui peut être dérivée à partir des passages de *Travail et le capital monopoliste* où Braverman oppose les artisans qualifiés du XIXe siècle avec les travailleurs disqualifiés du XXe siècle. La principale critique de Braverman est que la baisse du niveau de qualification dans les métiers traditionnels serait compensée par l'émergence de nouvelles qualifications dans les emplois de haute technologie, des services et de l'office. Par conséquent, il n'existe pas de tendance nette dans le sens d'une baisse des qualifications et de la dégradation du travail.

1.3.2 Dégradation, détérioration et société post-salariale

De nombreux points critiques donnent raison aux chercheurs qui ont repris l'argumentation de la dégradation du travail (Dharendorf 1977 ; 1984 ; 1988 ; 1986 ; Offe 1986 ; Gorz 1982 ; 1992 ; 1994 ; 1998 ; 2003 ; 2009 ; Rifkin 1995 ; Méda, 1997a ; 1997 b 1998 ; 2005 ; 2010 ; Beck, 2000a ; 2000 b) : la réorganisation tendancielle du secteur secondaire au profit du secteur tertiaire et du secteur tertiaire de pointe ; la disparition de millions d'emplois dans les usines ; la tendance à la suppression de la figure de l'ouvrier des contextes sociaux des nations plus industrialisées avec ses conséquences et une fermeture partielle dans ces contextes ; la délocalisation des installations industrielles de production de biens dans des pays peu ou pas industrialisés où le coût de la main-d'œuvre est moindre et où il n'existe pas de tutelle ni de droits des travailleurs ; l'automatisation croissante de la production où des machines et *robots* remplacent

de plus en plus le travail manuel et le contrôle des hommes ; les nouvelles technologies qui, dans un processus « *disruptif* » et en lien avec la règle de Schumpeter (« tout se crée, tout se détruit ») d'un côté, détruisant l'ensemble des secteurs productifs, de marchés entiers, rendant obsolètes les marchandises et les objets, de l'autre, ils créent de nouveaux produits, de nouveaux besoins et de nouveaux marchés ; l'informatisation de l'administration publique, avec une tendance à la réduction des effectifs de la catégorie des employés du secteur public et des dépenses pour l'administration publique et pour l'État social ; et de la perte progressive du pouvoir de négociation des syndicats de travailleurs, des associations de catégories, des corporations et des ordres professionnels, avec pour conséquence une perte du pouvoir de négociation lors des consultations pour les nouveaux contrats des travailleurs avec les pouvoirs publics, avec l'Etat et avec le secteur privé ; la saturation, le manque de représentation et de reconnaissance sociale et pour certaines catégories de travailleurs indépendants et des professionnels face à face, de cette façon, une crise de l'identité des « *professions établies* » ; l'émergence de nouvelles figures qui présentent toutes les caractéristiques de celles qui sont définies dans la littérature, les professions libérales, mais qui, en dépit d'avoir un haut degré d'autonomie, sont liées à un travail de consultation (Maestripieri 2011) (à cet égard, nous parlons de « l'auto-emploi de la deuxième génération », Bologne Et Fumagalli 1997 ; Fumagalli & Bologne 1997) pour les entreprises où sont employés dans des entreprises en train de devenir « hybrides » entre les employés du secteur privé, managers et professionnels. Ces derniers représentent également une anomalie dans le secteur des tutelles et des garanties des droits des travailleurs, bien que, souvent, tous les engagements effectifs dans une entreprise ne se lient pas à n'importe quel type de contrat national ; en outre, même si, bénéficiant d'une large autonomie sur le poste de travail, après avoir suivi un parcours formatif très long, produisant un « travail immatériel » (Gorz 1994) et qui travaillent dans une manière spéciale, à la commission et « pour le projet », qui ne sont affiliés à aucun commerce de l'association, de commande ou de registre professionnel, de perdre de cette façon, tout privilège résultant d'état professionnel, et de toute possibilité de protection et de la reconnaissance professionnelle et sociale. Tout cela peut être résumé avec

une flexibilité toujours plus importante et une précarité du monde du travail, avec une croissance conséquente des taux de chômage dans tous les pays, où l'industrie tertiaire est en train de remplacer toute l'industrie en terme d'emploi.

Dans cette perspective, Ralph Dharendorf (1986 ; 1989) reprend la distinction entre « travail » « œuvre » d'Arendt afin d'analyser les changements du monde du travail en parlant, tout comme d'autres chercheurs tels que Ulrich Beck, de « dégradation de du travail à la suite de la formulation conceptuelle de Braverman (1974) de la même façon que soutiendra Claus Offe (1986), sa dégradation. Le travail tend à devenir une activité, selon le sociologue allemand, qui ne croit pas à cette mutation négative du tout de prise en considérant la possibilité de donner de nouvelles règles à la politique et au marché du travail finalement libéré de lui-même.

André Gorz, dans son *“Adieu au prolétariat”* (1982), inspiré par les thèses du *deskilling* de Braverman, soutient que la société post-industrielle, est une “société post-salariale” où vient moins l'obligation/lien ? travail-salaire et où les caractéristiques identitaires du prolétariat sont toujours plus nuancées et méconnaissables : la socialisation du processus de production a déterminé non seulement un changement dans les prestations de travail, mais aussi dans la conscience de classe.

Cette performance/prestation socialisée, qui correspond dans la plupart des cas, au travail dans la chaîne de montage, cesse d'être “une” activité spécifique du travailleur » et se place aux antipodes du travail artisanal.

Les travailleurs dominaient les forces de la nature et transformaient le monde matériel avec leurs capacités manuelles et mentales. Dans une certaine mesure, ils étaient en mesure de contrôler les instruments qu'ils utilisaient et ils pouvaient voir le résultat matériel de leur travail commun matérialisation de leur pouvoir individuel et collectif. (Gorz 1997 : 9).

Gorz est convaincu que, dans le débat sur le travail, il faut redimensionner l'idée d'être encore dans une société du travail : à cet égard, il faut favoriser un exode de cette société qui disparaît avec la perte de centralité dans l'imaginaire collectif de la catégorie de travail. Gorz, dans ce cas, reprennent Dharendorf et Arendt, en faisant valoir que le travail devient quelque chose de différent de ce qui était connu dans la société industrielle : en activité. Nous devons, par conséquent, sortir

des contraintes de la société salariale, de sorte que le travailleur puisse se réapproprier son travail et son existence même (Gorz 1998 : 83 ; 97).

1.3.3 Du travail aux « travaux »

Le travail, dans ce point de vue, s'effrite, se fragmente, se réduit en petits secteurs qui n'ont aucune visibilité sociale et, par conséquent, les travailleurs n'ont pas accès à la participation à la vie publique, du travail. Ainsi, on passe à la notion d'« emplois » (Accornero 1992 ; 1997 ; 2000 ; 2001). Ce changement a deux conséquences directes sur le tissu social :

1. des catégories de plus en plus nombreuses de travailleurs sont, reléguées aux marges de la société, sans bénéficier de tutelles et sont isolées dans leur individualité ;
2. de moins en moins d'acteurs, « *stakeholders* », participent au débat public et à la construction de la *res publica*, avec comme conséquence que « la qualité du travail », entendu comme des droits, des tutelles et des opportunités pour les travailleurs, conduit, en se dispersant, à un recul dans la conquête de droits sociaux et du travail, pour la première fois en deux siècles de luttes des travailleurs et des syndicats des revendications des travailleurs.

Pour Accornero, cependant, le travail ne peut pas être considéré comme activité :

Le travail est différent de l'activité parce que l'activité ne se paye pas. L'activité n'est pas travail : elle plaît parce qu'elle semble libre, et parce qu'elle n'est pas commercialisée. La perspective de l'activité est une auto-tromperie : c'est comme croire que les chômeurs et les sans-emplois vont chercher une occupation, un emploi dans le simple sens de l'activité, et non ce correspondant particulier, pour lequel ils sont disposés à l'accepter (Accornero 1997:189).

S'il est vrai que nous assistons à une fragmentation du monde du travail, il est également vrai que, contrairement à ce qui est revendiqué par les théoriciens de « fin du travail » et par les enthousiastes de la « société de la connaissance » et « de l'information », le travail comme il a été connu dans la société industrielle n'a pas complètement disparu, en effet, bien qu'il soit toujours présent : le nombre de travailleurs et des usines de production dans la société de la plupart des pays

industrialisés est visiblement réduit. Sa présence encombrante est encore plus évidente dans la distinction entre le Sud et le Nord du monde, où, pour les premiers, le travail salarial avec de faibles protections et des frais plus bas est devenu la plus grande source de revenus pour l'énorme masse des individus : on pense aux dits BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine, Afrique du Sud) et aux Pays d'Europe et de l'Asie de l'Est où ont été délocalisées la plupart des grandes usines industrielles des grandes multinationales des Pays occidentaux. En dépit de tout, par conséquent, il existe encore de grandes masses d'ouvriers qui travaillent dans le secteur industriel, mais l'optique se déplace du Nord vers le Sud : aujourd'hui, les conditions sociales et économiques en Asie, par exemple, sont diamétralement opposées aux conditions de l'Europe du XIXe siècle et de la seconde moitié du XXe siècle. L'abordage d'un mode de production capitaliste avec l'ouverture au libre marché et aux marchés internationaux, en Chine, subit encore aujourd'hui les effets des changements dans le mode de production asiatique, fondé sur l'exemple du centralisme du pouvoir absolu des dynasties impériales. La République populaire de Chine, de fait, traversée par la transition de la révolution maoïste, même dans un monde globalisé et dans un système de libre-échange, a maintenu un système de contrôle et de l'organisation sociale et du travail extrêmement centralisé où, cette oligarchie d'aujourd'hui, du Parti Communiste Chinois, et non pas la classe des « mandarins » comme dans le passé impérial, contrôle un territoire occupé, qui a une population de plus d'un milliard et demi d'habitants. Dans de telles conditions, il est difficile d'imaginer comment et quand les masses d'ouvriers seront en mesure d'organiser, de devenir « classe pour elle-même » (Marx, 1980), et commenceront à faire étalage de revendications syndicales de masse au niveau national, comme cela a été vérifié en Europe entre le XIXe et le XXe siècle, avec la naissance du Mouvement ouvrier. Jusqu'à aujourd'hui, de fait, ces rares informations qui sont divulguées dans les médias de communication de masse et sur Internet sur les luttes syndicales des travailleurs et des ouvriers chinois semblent être peu de choses face aux énormes masses d'ouvriers sous-payés et exploités en Chine. À ce point, il est important de s'interroger : dans une société post-industrielle, le travail peut-il être toujours considéré comme la « catégorie sociologique centrale » (Offe 1986) ? À cette question on peut

répondre, aujourd'hui, qu'il n'est pas possible d'ignorer cette catégorie, parce que, dans les histoires de vie personnelle, le travail s'oriente vers des parcours individuels, les choix des personnes : tous sont à la recherche d'un emploi ou travaillent, parce qu'ils ont tous besoin d'un salaire pour gagner leur vie :

« Quand un homme demande du travail, il ne demande pas du travail, mais un salaire » (Accornero 1994 : 189).

La différence avec le passé, c'est que, aujourd'hui, on ne peut plus parler d'unicité du travail, mais nous avons besoin de parler de manières différentes de comprendre la notion de travail (Accornero 1992 ; 1997 ; 2000 ; 2001), qui caractérisent différemment les existences et les projets de vie des travailleurs.

Dans cette optique, le problème du *post* reprend les caractéristiques d'une « transition sans fin » (*endless transition*) vers une seconde modernité, ou, comme l'a déclaré Anthony Giddens, une « modernité radicale » :

nous n'avons pas dépassé la modernité au contraire, nous sommes au milieu d'une phase de radicalisation de la modernité (Giddens 1994: 57).

1.4 Un autre travail

La sociologie du travail, comme discipline, a joué un rôle important dans le débat international en sciences sociales, jusqu'à ce que le paradigme du travail industriel et du libéralisme reste central dans le débat sur mode de production et sur la division du travail dans notre société. Dans l'approche que l'on pourrait définir « classique » de l'objet d'étude de la sociologie du travail, on trouve :

[.] d'une part, les variations de l'organisation, de la qualité, de la valeur du travail dans les différents secteurs de production — industrie, agriculture, administrations, etc., — et professionnels, les mettant en relation avec la variation du mode de production, de la technologie, des structures techniques et économiques des entreprises, le type et le degré d'organisation des syndicats des travailleurs, des formes de domination politique et économique, de la composante biosociale et de la population (pyramide des âges, sexe, niveau d'éducation, etc.) ; d'autre part, les dimensions corrélées du travail sur la communauté des travailleurs, sur la stratification sociale, sur l'utilisation du temps de loisir, sur l'extension de la civilisation, et enfin sur la qualité de vie (Gallino 1978 : 407).

Avec l'avènement de nouvelles idées sur la société, telles que, par exemple, l'affirmation de l'ère du « post », la sociologie du travail a connu une crise profonde. La crise est due à la définition même que le terme « travail » prend à la lumière des énormes changements sociaux auxquels nous sommes en train d'assister, s'écartant ainsi de la définition de Luciano Gallino, mentionnée ci-dessus. À ce propos, Attila Bruni et Silvia Gherardi (2007 : 9) font état d'une réflexion de l'un des pères de la *Sociologie du travail* qui était depuis des décennies, la revue de référence pour tous les spécialistes du domaine en Europe. Michel Crozier dans un court essai de 1991 intitulé « *l'avenir de la sociologie du travail* », en effet, soulignait le fait que cette même discipline avait perdu ses propres limites bien définies et semblait être plutôt un « concept ambigu et flou, au sein duquel son utilisation conduisait inévitablement à une fragmentation du champ de recherche dans de nombreux sous secteurs » (Bruni & Gherardi, 2007 : 10), comme l'explique Crozier, les sciences sociales avaient besoin d'une rénovation à travers une approche transdisciplinaire, qui est allée au-delà de la spécialisation, à la recherche de nouvelles approches interprétatives et méthodologiques quel'intérêt des chercheurs pour la sociologie du travail avait la capacité de renouveler. Crozier a écrit : « ce n'est pas l'objet qui doit commander,

mais la sociologie » (1991:57). Nous ne devons pas considérer le travail « dans sa dimension macro-sociale, comme un fait sociale qui met en relation l'individu à la société », comme une sous-forme d'emploi, mais on doit regarder le travail comme une :

une activité, par conséquent, pour la redécouverte de la dimension analytique microsociale dans cette perspective sociologique s'enrichit par le contact avec des disciplines psychologiques [.], avec des études de l'organisation [.], avec l'interactionnisme symbolique et des études ethnométhodologiques du travail qui constitue le caractère distinctif des *Workplace Studies* » (Bruni & Gherardi : 10-11).

Nous comprenons maintenant comment les idées et les réflexions d'Hannah Arendt, ont un fondement et une application dans la réalité.

1.4.1 Il précurseur : Everett C. Hughes

Il est nécessaire, toutefois, à ce point, de prendre du recul et d'examiner l'œuvre et le rôle joué par Everett C. Hughes dans la Sociologie du travail et des professions, comment inspirateur d'une pensée critique et comme un précurseur de l'étude *in situ* des pratiques de travaux dans les environnements de travail.

Depuis Durkheim et ensuite, il était pensé que « de la division du travail découlent les rôles lavorativi, l'ensemble des responsabilités individuelles et collectives, et on suppose donc que les individus travaillent à partir d'un rôle » (Bruni & Gherardi, 2007 : 23). Durkheim, dans la seconde édition de *La division du travail social* (Durkheim 1902) introduit l'expression « groupes professionnels », dans lequel, en faisant référence à la signification précédente de division sociale du travail, préconise la création de groupes intermédiaires, sur l'exemple des corporations médiévales, qui pourraient devenir des intermédiaires, par exemple, à la régulation de la vie sociale et économique. Chez Hughes, cependant, la division du travail, implique l'interaction en ce qu'elle ne consiste pas à une simple différence entre le travail d'une personne et celui d'une autre, mais dans le fait que les différentes tâches et les différents résultats font partie d'un tout, où tout le monde, en quelque sorte, contribue à sa production. Lorsque Hughes affirme que :

La société est interaction, les phénomènes sociaux ont le caractère de processus – qui sont soumis à des changements permanents – et que donc ils ne peuvent être réduits à une « structure », à une combinaison de « force » ou de « facteur », que la sociologie aura comme but de découvrir. (Chapoulie, in Hughes, 1996 : 48).

1.4.2 Hughes et le travail comme interaction sociale

La division du travail est donc le résultat de l'interaction entre personnes, interaction qui se déroule étape par étape, et qui, dans son devenir, constitue le travail comme produit collectif et émergent. Dans cette perspective

Travailler est une modalité d'être au monde, liée à la réalisation d'un projet par le biais d'activités physiques qui sont situées dans le temps et dans l'espace. Définir le travail comme une activité située implique de focaliser l'analyse sociologique du travail sur les pratiques de travail comme modalités d'action et de connaissance émergentes *in situ* de la dynamique des interactions (Gherardi 2006).

Pour Hughes, donc, « le travail comme interaction sociale, est le thème central de l'étude sociologique et psychologique du travail » (Hughes, 1958 : 304) et estime que « toute occupation avec laquelle les gens gagnent leur vie peut être étudiée sur le plan sociologique » (Hughes, 1984 : 225).

Dans cette perspective, l'occupation n'est plus vue comme un ensemble en partie complexe d'activités qui répond aux exigences avancées d'un système, mais plutôt comme une dimension du « Soi/Sé » qui relie l'individu à un système d'activités, et qui est sans cesse redéfini à l'intérieur de ce qu'on appelle le *social drama of work* (la scène sociale du travail). Rapprocher la notion d'emploi à celle de *statuts* permet de Hughes de considérer l'exercice des fonctions qui se trouvent liées en termes de rôle introduisant le concept de *career* (carrière) entendu comme une séquence temporelle d'un ensemble de rôles (Hughes, 1996 : 175). La carrière représenterait, dans ce sens, une perspective mobile par rapport à la perspective selon laquelle chacun observe sa propre vie comme un ensemble, interprétant ses propres actions et de ses attributs et redéfinissant en fonction sa propre ligne d'action. L'analyse menée par les étudiants de Hughes est célèbre, en particulier, dans le domaine des professions médico-hospitalières, qui mettent en lumière les tactiques et les stratégies que les sujets mettent en œuvre pour construire leurs

rôles, loin des normes prescriptives évidentes qui sont issues de la division du travail structurée de façon rigide.

En 1952, dans un numéro spécial de la revue *American Journal of Sociology*, dirigé par lui-même de 1952 à 1957, Hughes présente quelques-uns des travaux de ses étudiants avec la définition de recherche en sociologie du travail. Quatre de ces articles peuvent sembler incongrus à l'égard du monde industriel, qui à l'époque était l'objet d'une grande attention dans le domaine de la sociologie du travail, à tel point que cette dernière a été identifiée comme identique aux études en sociologie industrielle. Les quatre articles parlent, de boxeurs, d'enseignants, d'artisans de la fourrure, de gardiens, et Hughes, en présentant ces travaux, écrit :

Si, dans le monde du travail, le grand spectacle est constitué de la grande industrie, le spectacle qui offre le plus de prestige est encore celui des professions [.]. En fondant nos propres études sur un terme conventionnel, celui de professions, nous pourrions être amenés à regrouper et observer uniquement les activités, qui comme celle-ci, proposent et montrent une image stéréotypée de ces dernières, s'engageant de cette manière vers la dissimulation. Le spécialiste des sciences sociales peut devenir accro à cette dissimulation, en particulier, il se présente lui-même en tant que professionnel (Hughes 1952 : 424-425).

1.4.3 Les deux fronts : la Sociologie du travail et Sociologie des professions

Tel qu'indiqué de manière clairement, Hughes s'est engagé sur deux fronts :

1. d'une part, sur celui du débat de la sociologie du travail classique, où, aux États-Unis ainsi qu'en Europe sont privilégiées, à l'époque, les études sur le travail industriel masculin et ouvrier ;
2. d'autre part, sur celui du débat de la sociologie des professions et des professions — dites « libérales » en particulier, dans une époque monopolisée par la pensée fonctionnaliste et la figure de Talcott Parsons.

Hughes, *en premier*, montre comment concentrer son attention les travaux industriels et ses métiers certifiés grâce à un parcours universitaire, la sociologie de l'époque avait alors ignoré de nombreuses autres activités professionnelles. Mais il met aussi l'accent sur le fait que le choix des sociologues (fonctionnalistes) de privilégier l'étude de certaines professions n'a pas été fait

par hasard, mais a été imprégné d'une vision idéologique et descendante (de haut en bas) des professions et de la division sociale et du travail en général. Plutôt que de rendre compte des processus effectifs qui conduisent un individu à réaliser sa propre activité au lieu de décrire les pratiques professionnelles qu'il est amené à réaliser chaque jour, d'expliquer les problèmes concrets auxquels on se confronte, la sociologie fonctionnaliste tend à reproduire la rhétorique professionnelle de la tentative de présenter son propre travail en tant que profession : c'est-à-dire une activité noble, prestigieuse et désintéressée, conforme aux normes sociales en vigueur. En cela, cette vision fonctionnaliste fait valoir une présupposée supériorité ou, au moins, un caractère exceptionnel des professions libérales. Sur cela, la position de Hughes est très claire :

Il faut se débarrasser de quelques concepts qui empêchent de voir que les problèmes existentiels que les personnes rencontrent durant leur travail sont les mêmes, qu'ils travaillent dans un laboratoire célèbre ou dans le dernier angle d'une usine de conserves. Les chercheurs dans cet environnement disciplinaire ne pourront jamais réussir, tant qu'ils auront trouvé un point de vue et des concepts qui permettent de faire une comparaison entre un ferrailleur et un professeur, sans vouloir déprécier l'un ou le traiter avec condescendance l'autre. (Hughes 1951-1994 : 80).

Hughes et ses élèves comme Howard Becker, ou Anselm Strauss, toutes les activités ont une dignité égale et un intérêt sociologique. Contrairement à l'approche fonctionnaliste qui met l'accent sur le fonctionnement de l'organisation sociale et l'approche interactionniste résultant du travail et des intuitions de Hughes, valorisant les professions (métiers, emploi) comme des formes de réalisation de soi. L'activité professionnelle de chacun doit être étudiée comme un processus biographique et identitaire. Hughes a plus d'une fois répété dans ses œuvres que le travailleur est la personne qui occupe la meilleure position pour décrire et analyser son propre travail : il s'inscrit dans une trajectoire, un cycle de vie qui permet de comprendre comment un individu est arrivé à faire ce qu'il fait. L'expression, plus utilisée par Hughes « *social drama of work* » rend bien l'idée d'un tel point de vue sur ce qu'implique le fait de s'efforcer de comprendre la subjectivité biographique des personnes impliquées. Le sociologue pour réussir à faire cela, déclare Hughes doit apprendre à utiliser un instrument important de recherche : l'entretien (Benney & Hughes, 1956 ; Hughes, 1996 :

251). Il est essentiel de pouvoir situer une activité professionnelle dans une dynamique temporelle, dans une vie de travail qui comprend l'accès à un métier ou un emploi, le développement de l'activité, *les turning points* (bifurcations), les anticipations, les réussites et les échecs. On ne peut reconstruire tout cela mieux que la personne elle-même qui a eu ces expériences par le biais d'un entretien biographique. Il faut donc, en outre, reconnaître que toutes les activités sont de nature relationnelle et d'interaction, par conséquent, elles sont donc produites par un groupe de pairs, orientées vers un « ordre intérieur », certes provisoire, mais nécessaire. Ce que Hughes appelle souvent « ordre de l'interaction » est, dans le domaine professionnel, le résultat contingent de l'action d'un groupe d'intérêt (ordre professionnel, lobby, catégories syndicales, corporations) qui valorise le « travail bien fait », en essayant de contrôler le territoire et de se préserver de la concurrence. C'est ici que la sociologie fonctionnaliste a quelque chose à apprendre de la perspective interactionniste : la recherche de l'autonomie et l'auto-organisation constituent des points de, dans le commun de l'univers professionnel, mais cet univers ne peut pas être réservée à une personne en particulier. Tous les *occupational groups* (groupes professionnels) (Becker, 1987) cherchent à se préserver du contrôle, de la domination, et de la dépendance ; nul ne pourra jamais réussir, à faire le faire complètement, mais personne n'est totalement privé de marge de manœuvre. Les sociologues doivent étudier la dynamique des interactions, dans un territoire donné, entre un groupe professionnel (ou divers) et tous les partenaires de leurs activités.

1.4.4 L'importance du travail sur le terrain et de la recherche empirique

En cela, pour Hughes, il était très important que le chercheur social aille sur le terrain. Dans un entretien d'il y a quelques années (Giglioli 2002), Howard Becker, un étudiant de Hughes, parle des dynamiques internes au sein du

département de sociologie de l'Université de Chicago²⁶. Lorsqu'on parle d'interactionnisme symbolique ou d'École de Chicago, on fait souvent l'erreur d'en parler, de façon unitaire, comme s'il s'agissait véritablement d'un même mouvement, d'une école. En réalité, les divergences entre membres étaient à l'ordre du jour, non seulement pour des questions de politiques interne au département, mais pour des questions, en particulier, de nature épistémologique et méthodologique. Dans cet entretien, Becker parle du mauvais rapport entre Blumer et Hughes²⁷ : le premier « pensait que Hughes avait un cerveau de second rang »²⁸ (Giglioli 2002 : 621) ; le second, au contraire, avait l'habitude de dire du premier : « il parle beaucoup, mais il n'a jamais fait vraiment de la recherche » (Giglioli 2002 : 621). Becker décrit également le rapport différent que les deux ont eu avec les étudiants. Blumer donnait une sorte de fondement théorique, des idées générales aux étudiants. Il y avait une théorie, selon Becker, qui « avait une faible utilité quand on faisait de la recherche parce qu'elle consistait à ne pas formuler de questions précises » (Giglioli 2002 : 621). Becker ajoute que, plutôt que d'aider ses étudiants, Blumer essayait de leur expliquer « pourquoi il était impossible d'étudier ce qu'ils proposaient » (Giglioli 2002 : 621). D'autre part, Hughes « était un splendide directeur de la thèse et qui donnait une quantité de suggestions pratiques [.] Cela était très utile parce qu'il était empiriquement curieux, lisait sérieusement ce que les élèves écrivaient, commentait, posait des questions » (Giglioli 2002 : 621). L'approche qui est complètement différente entre Blumer et Hughes met en évidence comment, en réalité, dans la deuxième génération de l'École de Chicago, l'ensemble de la tendance des études empiriques a été inspiré par Hughes et par des figures, presque oubliées, telles que Lloyd Warner. Becker affirme que, jusqu'au moment de leur rencontre, Hughes

il avait étudié pendant des années des professions de prestige : la médecine, le droit, etc., mais ne savait pas beaucoup sur les occupations moins nobles, comme celle sur lesquelles j'écrivais ?, et pour cette raison, il ne voulait pas me perdre. Il a dû lire en détail mes trente ou quarante pages, et il avait pris beaucoup de notes : références, questions, aspects à explorer. J'ai donc

²⁶ Chapoulie, consacre tout un chapitre de son ouvrage sur la reconstruction historique de la tradition de l'École de Chicago, et l'influence de Hughes et Blumer, sur la dernière génération des *Chicagoans*. Ici, il est préférable d'utiliser les mots de Becker en tant que témoin privilégié. (Chapoulie 2001: 213-252).

²⁷ Nous avons eu l'occasion pendant notre doctorat de faire quelques demandes à Becker lui-même sur le rapport entre Hughes et Blumer et nous avons reçu la réponse suivante : « ce n'est pas un mystère que le rapport entre les deux était tout autre chose que cordiaux » (La rencontre a eu lieu le 12 octobre 2015 à Lyon en France et était organisé par le *Centre Max Weber*)

²⁸ Andrew Abbott a même trouvé une lettre où Blumer le dit clairement.

commencé avec lui ma thèse de Master sur les musiciens de jazz et je travaillais très bien parce que Everett était très ouvert et intéressé (Giglioli 2002 : 624).

Le travail sur le terrain distingue le travail de Hughes et de ses élèves. Dans un article intéressant intitulé *Le poste de travail de terrain dans les sciences sociales* contenu dans un recueil de ses articles édité par Chapoulie en France, Hughes a dit :

Le travail de terrain sera envisagé ici comme l'observation des gens *in situ* : il s'agit de rencontrer ces gens là où ils sont, où ils se trouvent, de rester en leur compagnie en jouant un rôle qui soit acceptable pour eux et qui permette d'observer de près quelques uns de leur comportement et d'en donner une description qui soient utile aux sciences sociales tout en ne faisant pas de tort à ceux que l'on observe (267)

1.5 Le travail comme pratique située

Les travaux de Hughes ont ouvert la voie à une série de réflexions et d'études qui ont conduit à la naissance et le développement de réelles approches théoriques et méthodologiques, en particulier dans la recherche *non standard*. On peut dire, de fait que le concept de travail de Hughes a inspiré, souvent de manière indirecte, quelques approches importantes *non standards* comme la *Grounded Theory* et les *Workplace Studies* (Heath, Knoblauch & Luff 2000: 300). L'influence de Hughes a été, de fait, importante sur d'éminents personnages tels que Howard Becker, Anselm Strauss Erving Goffman tous ses élèves à Chicago.

Le concept de travail comme pratique située, formulé par Hughes, présuppose le rejet de la perspective de la Sociologie du travail classique d'une part, et, d'autre part, de la Sociologie des professions de la matrice parsonsiennne, qui ne sont pas intéressés à ce que font concrètement les individus lorsqu'ils sont au travail et à son observation. Ce qui représente la soi-disant *missing what* (Garfinkel & Wieder 1992: 203) des études traditionnelles sur le travail et sur les professions, c'est le fait d'avoir négligé le travail comme activité, d'avoir pensé au travail comme un fait social macro et de l'avoir considéré les aspects micro. La majorité des chercheurs s'est demandé : « Où va le travail ? Cette profession est-elle une profession ? » plutôt que de s'intéresser à un autre type de problème : « qu'est-ce qui se fait quand on travaille ? Quelles sont les pratiques de travail qui

caractérisent une profession particulière ? Que se passe-t-il dans les milieux de travail ? Quelles sont les conditions dans lesquelles les membres d'une profession tentent de la transformer en une profession et de se transformer eux-mêmes en tant que professionnels ? »

Cette conception du travail comme activité située, donc, alors, synonyme d'être-au-monde, « qui prend place dans un contexte dans lequel les personnes et les technologies collaborent et sont en conflit, et qui est réalisé au moyen d'un ensemble de pratiques discursives » (Bruni & Gherardi, 2007 : 11) a changé, *en premier lieu*, la notion de « profession », alors que, pour les fonctionnalistes, « il fallait surtout identifier un type d'emploi qualifié de la possession d'un savoir ésotérique, essentiellement pour le fonctionnement d'un système social » (Santoro 1999 : 118-119) ; pour Hughes interactionniste, ceci est basé sur les principes suivants :

1. Les *groupes professionnels* sont des processus d'interactions qui conduisent les membres qui exercent les membres d'une même activité de travail à s'auto-organiser, pour défendre leur autonomie et leur territoire et se protéger de la concurrence ;
2. La vie professionnelle est un processus biographique qui construit les identités tout au long du déroulement du cycle de vie, depuis l'entrée dans l'activité, jusqu'à la retraite, en passant par tous les tournants de la vie (*turning point*) ;
3. Les processus biographiques et les mécanismes d'interaction sont dans une relation d'interdépendance : la dynamique d'un groupe professionnel dépend de trajectoires biographiques (*career*) de ses membres, elles-mêmes influencées par les interactions entre eux et avec l'environnement ;
4. les groupes professionnels cherchent à se faire reconnaître par leurs partenaires en développant des rhétoriques professionnelles et en recherchant des protections légales. Certains y parviennent mieux que les autres, grâce à leur position dans la division morale du travail et à leur capacité à former des alliances. Mais tous aspirent à obtenir un statut protecteur. (Dubar & al. 2015 : 100-101).

1.5.1 Les approches néoweberiennes

En ce sens, dans ce travail de thèse, nous nous appuyerons sur les enseignements de Hughes et la tradition qui fait partie de l'approche interactionniste et de ses développements dans la recherche empirique sur le travail et les professions. Nous mettrons, ensuite, à part la tradition fonctionnaliste, d'une part, et toutes ces études développées à partir d'une approche critique d'inspiration marxiste ou weberienne des chercheurs appelés « néoweberiens » dans la sociologie des professions. Nous avons déjà parlé de la crise de l'approche fonctionnaliste sur le travail et les professions, d'un autre côté, l'approche des neoweberiens récupère certainement de nombreux aspects des critiques de l'interactionnisme symbolique sur le fonctionnalisme, surtout dans les premiers travaux d'Eliot Freidson sur la profession de médecin (Freidson 1970), où il est soutenu que ces groupes professionnels peuvent soutenir et se nourrir eux-mêmes en leur propre sein, par le biais de diverses actions de protection et de promotion desocialeet de ses membres. Aussi, Becker considère

les professions simplement comme des occupations qui ont suffisamment de possibilités pour acquérir et conserver, dans le monde actuel du travail, la propriété d'un titre d'honneur (Becker, 2001 : 215).

Selon ce schéma, les groupes professionnels sont des groupes d'intérêts qui cherchent à exercer leur pouvoir dans différentes formes pour obtenir le droit de reconnaissance sociale. Alors :

ils mettent en question les justifications morales ou les motivations vocationnelles des professions des professionnels. Elles tendent plutôt à considérer les professions comme des acteurs collectifs du monde économique qui sont parvenus à fermer leur marché du travail et à établir un monopole de contrôle de leurs propres activités de travail. (Dubar & al. 2015 : 119).

Cette perspective considère les professions comme des groupes spécifiques de travailleurs, appartenant aux classes moyennes, qui partagent, à des niveaux différents, et des connaissances communes, qui s'engagent, de différentes manières, dans des actions collectives visant à l'établissement d'un monopole sur un marché, pour affirmer leur statut social.

Les concepts sous-jacents de cette théorie sociale sont ceux du monopole économique, de la fermeture sociale et de la légitimité politique qui sont d'inspiration weberienne, mais peuvent être aussi retrouvés chez Marx.

Les professions, reconnues comme telles, sont celles qui sont parvenues à monopoliser un segment du marché, à faire reconnaître leur compétence juridique et à légitimer leur privilèges sociaux. (Dubar & al. 2015 : 120).

Les professions pour ces chercheurs ne sont pas comme pour les fonctionnalistes des éléments constitutifs de la structure sociale, mais des « construits sociaux » (MacDonald 1995) ou des constructions historiques (Larson 1977), qui ne possèdent pas de traits communs, mais qui produisent historiquement, à travers le rapport avec l'Etat et leurs actions collectives, un système de justifications qui peuvent être définies comme « professionnalisme » (Dubar & al. 2015 : 120). Ce dernier est analysé comme une stratégie politique, et non pas comme un besoin fonctionnel insistant d'une configuration relationnelle.

Le terme de profession indiquait plutôt un type historiquement conditionné d'organisation occupationnelle qui se réalise quand le producteur de service a le pouvoir de définir automatiquement les besoins du consommateur qui est réalisé et qui suppose un effort d'organisation (un projet professionnel) par un groupe de professionnels en corporation [.] visant à la conquête (autrement dit à l'occupation) de niches de marché à exploiter de manière unique dans un contexte déterminé structurel. [.] Ce type de réflexion a conduit à reformuler le concept de profession, le reconnaissant comme un outil de rhétorique, et même avant l'analyse, une arme utilisée par des agents sociaux dans la lutte *des statuts* et dans la construction de l'identité collective et individuelle plutôt qu'une étiquette neutre applicable à la discrétion du sociologue (Santoro 1999 : 119).

Si, d'une part, donc, les auteurs néoweberiens partagent la critique du fonctionnalisme avec les interactionnistes ; d'autre part, ils n'adoptent pas une position relativiste, et essayent de comprendre les mécanismes historiques de production et de légitimation de ces formes modernes de monopole économique et de fermeture sociale. Quelques-uns reproduisent de tels mécanismes sur le capitalisme et, par conséquent, sont définis néomarxistes ; d'autres les considèrent comme des formes de pouvoir politique dans les sociétés modernes et, par conséquent, sont considérés comme des néoweberiens.

1.5.2 La sociologie des groupes professionnels française

Après ce court, mais nécessaire aperçu des approches critiques qui ont évolué principalement sous l'influence de l'École de Chicago, on peut introduire et explorer rapidement, même si l'objet, les méthodes d'étude, et les fins scientifiques sont distants, le débat sur la sociologie des groupes professionnels en France et comprendre la naissance de ce secteur disciplinaire, comme la voie originale française pour l'étude des pratiques professionnelles et de l'identité construite sur le lieu de travail. Ce courant de recherche empirique, en s'inspirant explicitement de la critique des *professions établies* (professions libérales), avancée par Hughes et par les chercheurs de la deuxième génération de l'École de Chicago, déjà mentionnée dans le présent travail est séparé de l'approche classique des études sociologiques sur le travail en France, représentées surtout dans le travail de Georges Friedmann et de ses étudiants, et dans l'activité de la revue *Sociologie du travail*. Ces derniers avaient porté leur attention sur des activités exercées par la classe ouvrière, en laissant dans l'ombre les cadres, les professions libérales, et celles intellectuelles (Vezinat 2010 : 416).

Dans les années 70, on a vu apparaître quelques études de jeunes chercheurs sur ce qui, jusqu'alors, n'avait pas été considéré comme de vraies professions, mais plutôt comme des « *petits métiers* » ou « *des occupations* » comme cela émergeaient de la classique distinction de la littérature anglo-saxonne sur les professions entre « *professions* » et « *métiers* ». En 1973, Chapoulie publie un article qui donnera le nom de la discipline elle-même en France : « *Sur l'analyse sociologique des groupes professionnels* » (Chapoulie 1973). On doit ainsi à des auteurs comme Chapoulie le mérite d'avoir introduit en France, puis en Europe continentale, la pensée interactionniste de manière beaucoup plus systématique par rapport aux tentatives faites précédemment. Les nombreux livres et articles où Chapoulie reconstruit l'histoire de ce qu'il appelle *la Tradition sociologique de Chicago 1892-1961* (Chapoulie, 2001) et les traductions des différentes contributions de divers auteurs, et en particulier Hughes (Hughes &

Chapoulie 1996)²⁹ et Becker (1985)³⁰; ont contribué à la popularisation et à la diffusion des idées des *Chichagoans* en France et sur le continent. La redécouverte de la tradition sociologique de Chicago sur des groupes professionnels, y compris les professions et les occupations, de la part de chercheurs tels que Jean-Michel Chapoulie, Daniel Bertaux et Isabelle Baszanger a permis dès les années « 80 et ensuite, une redécouverte et une réinterprétation de la recherche qualitative et des méthodes *non standards* en Europe continentale, en ce qui concerne l'étude des professions³¹.

La question terminologique a influencé fortement le débat sur les professions. Aux États-Unis, le terme de profession a été associé à ces professions qui sont définies comme « libérales », et qui, en France, sont appelés « *établies* » (médecin, avocat, architecte), en ce sens, certains chercheurs parlent de l'utilisation du terme profession dans un sens « restrictif » (Champy 2009 : 3). Cette définition a été fortement influencée par la vision fonctionnaliste du concept de professions, qui dans son utilisation idéologique a été créé pour s'opposer à la notion de classe sociale de la nature marxiste. Dans un article de 1972, Georges Benguigui met en évidence jusqu'à quel point l'acception anglo-saxonne du terme « profession » a tendance à s'imposer dans la littérature sociologique française « à côté de (et plus communément, en opposition) aux termes de classes ou de syndicat » (Benguigui 1972 : 99). À cette vision fonctionnaliste des professions s'oppose celle interactionniste qui entend par professions « des objets de la pratique quotidienne » (« objets conventionnels » dans le langage de Hughes, « *folk-concept* » dans celui de Becker) » (Chapoulie 1973 : 88).

Becker, dans une intervention lors d'une conférence de 1956, publiée seulement en 1962, avec le titre « La nature d'une profession » (Chapoulie 1973 : 88), radicalise la vision de Hughes. Dans cet article, Becker écrit :

²⁹ Ce texte de 1996 est la traduction, enrichie d'une présentation historique et sociologique de Chapoulie, d'une collection d'essais choisis par Hughes et publiés aux États-Unis en 1971 (Hughes, 1971). En Italie, il sera traduit et publié en 2010, avec une introduction de Marco Santoro (Hughes & Santoro 2010).

³⁰ *Outsiders*, sans doute l'oeuvre la plus célèbre et bien connue de Becker, a été publié aux États-Unis en 1963 (Becker, 2008), en France en 1985, traduit par Briand et Chapoulie (Becker, 1985), et en Italie en 1987, publié par le Gruppo Abele, dont la première édition a eu une grande diffusion (Becker, 1987).

³¹ On pense, par exemple, à ce que *le New Yorker* dans un article sur Howard Becker (Gopnik 2015), appelle "le deuxième acte de la carrière de Becker en France, où, depuis des années maintenant, il lui arrive de passer quelques mois invité à tenir des *lectio magistralis* et des conférences dans toutes les grandes universités françaises, après la publication en français de ses œuvres dans les années 80 (Becker, 1985).

Puisque le titre de la profession exprime une évaluation morale positive, de nombreux groupes professionnels (*work groups*) ont essayé de le faire. [.] Nous pouvons, enfin, prendre un point de vue sociologique radicale, qui voit les professions comme celles des occupations qui sont suffisamment fortunées dans les politiques du monde du travail d'aujourd'hui à atteindre et maintenir la possession de ce titre honorifique. Assumant ce point de vue, il n'y a pas de « vraies » professions ou des *sets* de caractéristiques nécessairement associées avec un tel titre. Il y a seulement ces groupes professionnels communément vus comme des professions, et ceux qui ne le sont pas. Cette définition est tellement centrale que la « profession » est un titre honorifique, un terme d'approbation. Il est reconnu, par conséquent, que la « profession » est un symbole collectif et un de ceux qui ont une grande valeur. On insiste sur le fait que la « profession » n'est pas seulement un concept neutre et scientifique, plutôt ce que Turner a appelé un *folk concept*, une partie d'un appareil de la société que nous étudions, qui doit être étudié afin d'observer comment il est utilisé, et quel rôle il joue dans les opérations de cette société (Becker 1970 : 91-92).

Cette utilisation du sens « extensif » (Champy 2009 : 4) du terme profession représente la matrice d'origine de la sociologie des groupes professionnels française, qui définit une profession comme « Un ensemble de personnes qui exercent le même métier » (Dubar & Tripier 2005 : 5). En ce sens, le concept est plus proche de l'étude des sociétés et des groupes professionnels et s'éloigne du sens restrictif fonctionnaliste. Dubar définit les groupes professionnels

un insieme fluido, segmentato, in costante evoluzione, che raggruppa delle persone che esercitano un'attività che ha lo stesso nome dotato di una visibilità sociale e di una legittimità politica sufficiente, per un periodo significativo (Dubar 2003: 51).

La thèse de ces auteurs, qui sera résumée surtout dans les travaux de Dubar et Dumazière, et celle qui n'existe pas de professions « séparées, unifiées, stables (libérales) et objectives » (Dubar 2003 : 58 ; Dubar, Tripier & Boussard 2015 : 330) :

Il n'y a pas de profession « séparée » : [.] Chaque groupe professionnel connaît des problèmes de frontières par rapport à d'autres, de compétition aux frontières, de lutte de classement qui relèvent de politiques d'emploi autant que des actions collectives de leurs membres. Chaque groupe est inséré dans des organisations qui possèdent des règles, des systèmes d'emploi, des secteurs professionnels qui produisent des règles [.] ;
Il n'y a pas de profession « unifiée » mais des segments professionnels plus ou moins identifiables, plus ou moins organisés, plus ou moins concurrentiels. Bucher et Strauss avaient bien vu : chaque fois que les sociologues vont y voir « de plus près », ils découvrent, sur le terrain des segmentations, des différenciations, des processus d'éclatement [.] ;
Il n'y a pas de profession établie, mais des processus de structuration et de déstructuration professionnel dont les rythmes historiques, les formes culturelles et juridiques, les configurations politiques sont très variables [.] ;
Il n'y a pas de professions objectives, mais des relations dynamiques entre les institutions ou organisations de formation, de gestion, de travail et des trajectoires, cheminements, itinéraires, et biographies individuelles au sein desquels se construisent (et se déconstruisent) des identités professionnelles sociales et personnelles. Au-delà de l'objectivité des pratiques, les professions sont des discours adressées à des auditoires (clients, concurrents, l'État), mais

qui interagissent avec les discours des professionnels sur eux-mêmes et leurs pratiques. Au cœur des ces rencontres discursives, les « faits » professionnels « sont des processus : ce sont des processus identitaire, des formes typiques de trajectoires individuelles et des « mondes sociaux », systèmes de croyances et de pratiques, d'habitus (dans le sens constructiviste de Bourdieu) et de carrière (dans le sens interactionniste de Hughes), des projets de vie dans le sens du modèle collégial, de modèle/de réforme et de moyens de réussir dans la vie, dans le sens du modèle smithien (Dubar, Tripier & Boussard 2015 : 330-332).

Cela change complètement le point de vue de l'étude et d'application de la sociologie du travail et des professions classique ; l'intérêt n'est pas d'étudier les aspects « macro » dans le monde du travail avec une sorte d'obsession pour la statistique, l'évaluation et la classification des différents métiers et professions dans une perspective qui ne peut être que de haut en bas, à travers des distinctions dichotomiques nettes entre petits boulots et travaux moins humbles, des professions et occupations, travail autonome et travail dépendant. Cela constitue, à l'opposé de cette vision, un nouvel intérêt pour tous les aspects du « micro » du travail qui concerne, en particulier, les pratiques de travail dans leur déroulement *in situ* et qui relie des « groupes » de travailleurs à travers la similitude des pratiques, des trajectoires, des trajectoires biographies et de la construction d'une culture commune du travail : la constitution de groupes professionnels.

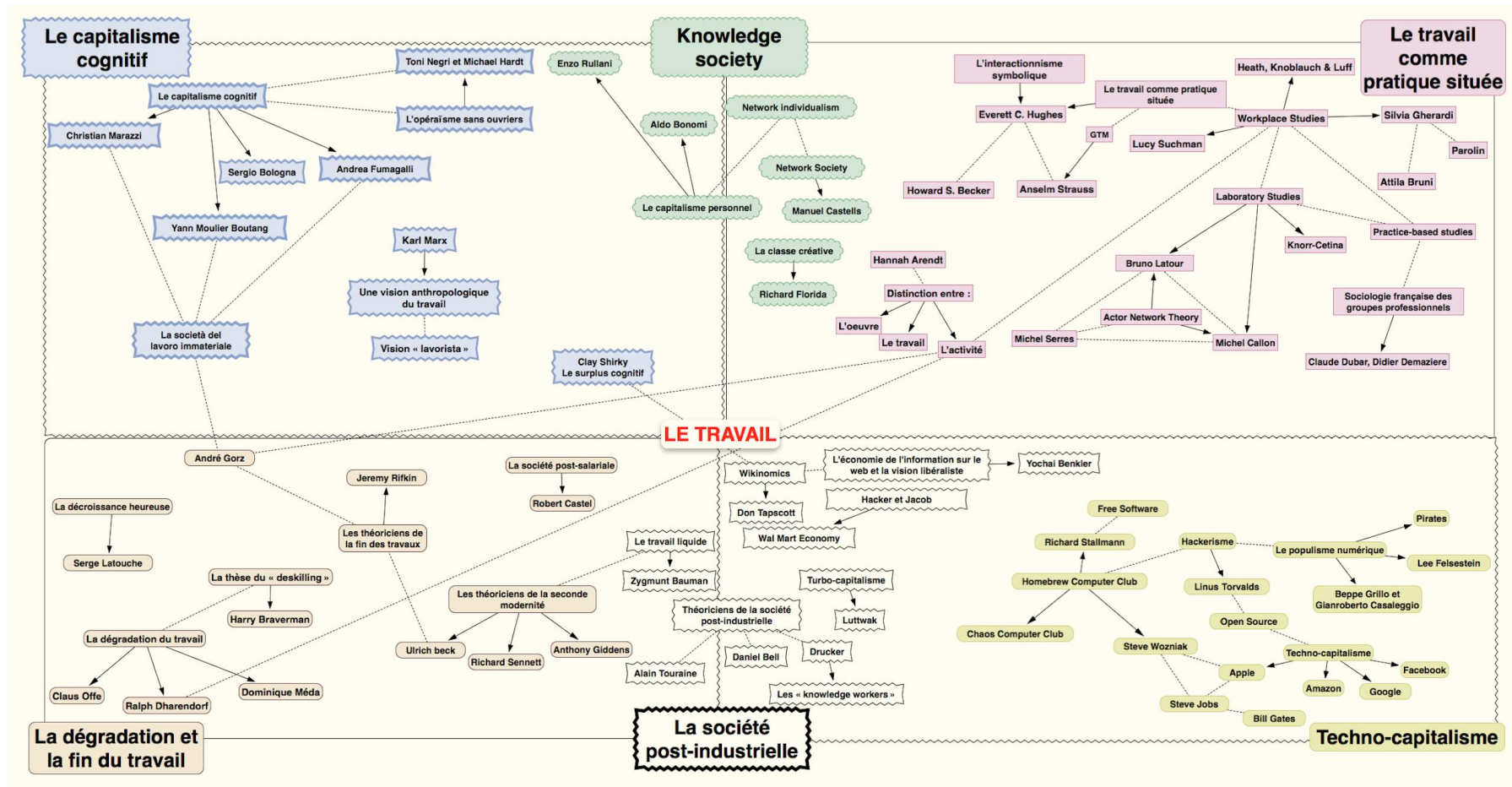


Figure 2 : Différentes conceptions du concept de travail

2. Travail, science, technologie et société (de la connaissance)

2.1 Qu'est-ce la technique et qu'est-ce la technologie ?

Les concepts de « technique » et de « technologie » sont des concepts polysémiques, difficiles à appréhender dans une définition, parce que seulement le contexte et la pratique permettent de les articuler (Rossi 2009 : 16). Cependant, on peut prendre en considération leurs aspects les plus intéressants pour ce travail.

La technique, par exemple, peut renvoyer à :

- la manière dont un bien doit être produit (la technique de production de...) ;
- la manière dont plusieurs activités peuvent être déroulées efficacement (les techniques ou la technique de faire...) ;
 - un « fait social total » (Mauss 1950: 142) ;
- un milieu du vivre humain qui concerne la solidité et la complexité des instruments et des machines (monde de la technique) ;
- un nouveau paradigme théorique, une nouvelle ère de l'humanité, un nouveau type de société (l'âge, l'époque de la technique ou la société de la technique) au fur et à mesure d'un corps organique et cohérent ;
- l'ensemble des artefacts que l'homme utilise pour manipuler le monde.

La technologie, d'autre part, peut assumer tous les sens auparavant attribués à la technique, parce que souvent les deux termes sont utilisés comme synonymes, mais on peut aussi parler de technologie comme réflexion sur le rôle de la technique et/ou des techniques, à la logique en soi présente, comment son étymologie le signifie, où le suffixe *logos* indique justement cette vision, discours, analyse sur la technique et sur l'impact que cette dernière a sur la connaissance du monde et sur le monde (Rossi 2009 : 17).

2.1.1 Le rapport technologie-travail

Les sociologues du travail font souvent référence à la technique, dont le progrès incessant semble dominer et perturber, la vie du travail ainsi que la vie

quotidienne en général, pourtant ils ont souvent négligé le concept même de technique. Dans la plupart des études qui regardent ce secteur disciplinaire, la technique est traitée comme une cause, externe ou sociale, qui impliquerait de déterminer « conséquences sociales ». On se questionne, par exemple, sur les conséquences organisationnelles du changement technique ou, dans une optique psychologique et sociologique, sur l'adaptation de ces travailleurs au changement. Dans cette vision, la technique est posée comme un fait qui s'impose face au sociologue. Le concept opératif est celui du changement, plus que celui de technique. Il s'agit, donc, d'étudier la réaction et l'adaptation de la société à la technique, où chaque terme est vu indépendamment de l'autre.

La faiblesse de cette réflexion sur la technique vient de la posture épistémologique et éthique adoptée par les fondateurs de la discipline. La sociologie du travail a été, en effet, toujours considérée comme une science au service du travailleur contre l'entreprise du capital, de la société ou de l'organisation. Dans cette optique, la technique est vue comme une imposition qui s'ancre sur le travail. Le concept marxiste repris par Friedmann est donc « aliénant » dans le sens dans lequel il matérialiserait un système d'ordre social (Pillon & Vatin 2007: 105).

D'un autre point de vue, comment donner tort à celui qui voit dans l'expansion du tertiaire avancé la réponse réelle à une approche au travail idéologique et *lavorista* : s'il est vrai, en fait, que le travail vécu en XIXe et XXe siècles n'a pas disparu et, probablement, ne disparaîtra pas, il est aussi vrai que les innovations technologiques surtout dans le milieu des « ICT » ³² (*Information and Communication Technologies*), dans le milieu de la microélectronique et composantistique de base, du génie génétique et des biotechnologies ont créé de nouveaux produits, nouveaux marchés et nouveaux professionnalismes, malgré le fait qu'ils aient détruit des millions de postes de travail dans les dernières trente années.

³² L'ensemble des technologies qui permettent d'élaborer et communiquer l'information par des moyens numériques.

2.1.2 La société de la connaissance

Un des facteurs qui caractérise cette innovation est, certainement, l'énorme importance conquise par la connaissance et, plus en général, par la dimension cognitive comme élément propulsif du changement, de manière à justifier l'expression, maintenant très diffusée, de « société de la connaissance » pour indiquer le type de société vers lequel on est en train de s'approcher (Rullani 1998; 2004a; 2004b; Bonomi 1997; Bonomi & Rullani 2005).

La science et la technologie ont eu, en tout ça, un poids décisif, surtout parce que, en s'innervant progressivement dans les mécanismes les plus profonds de la société, sont devenus facteurs en degré d'influencer, en manière souvent décisive, les « destins sociaux »³³ d'un Pays ou d'un groupe humain. Jamais comme dans cette période historique, donc, la traditionnelle représentation de la science et de la technologie comme institutions indépendantes, guidée par une logique propre et isolée du reste de la société, ne paraît très distante de la réalité.

Cela, évidemment, devrait conduire à reconsidérer les rapports qui lient la science et la technologie avec la société.

Dans le milieu des « *Science and Technology Studies* » (*STS*), on assume une sorte de « présupposé » épistémologique, que la science, la technologie et la société « co-évoluent », c'est-à-dire évoluent ensemble. Affirmer un tel principe pourrait paraître presque banal ou inutile, comme la science et la technologie se produisent au milieu de la société. En réalité, la conscience est que société, science et technologie sont strictement liées l'une à l'autre s'est développée seulement dans les dernières décennies. Ainsi que beaucoup d'approches théoriques élaborées dans le milieu des *STS* (par exemple, la *sociology of scientific knowledge* ou les approches constructives) se sont développées exactement de ce point, en s'opposant aux thèses, jusqu'à ce moment-là dominantes, du déterminisme scientifique et technologique, qui affirmaient, d'un côté, une substantielle « autonomie » de la science et de la technologie par rapport aux dynamiques sociales, et de l'autre, une capacité de ces dernières de

³³ Le concept de "destin social" est repris par Sowell T., *Conquests and cultures: An International History*, New York, Basic Books, 1999; voir aussi *African Societies*, n.1/2003, (www.africansocieties.org).

« déterminer » les phénomènes sociaux. Selon ces théories, donc, la société, la science et la technologie se développent à l'intérieur d'un unique procès co-évolutif : chaque phénomène social implique le recours à un ensemble de technologies, chaque forme de développement technologique se réfère à des phénomènes sociaux. Encore aujourd'hui, des thèses de type déterministes, même de manière implicite, continuent à être utilisées, dans le discours scientifique ou dans celui politique (Wyatt 2004). Le risque de penser que science et technologie peuvent être « plus avancées » que les sociétés dans lesquelles se génèrent ou qu'il peut exister des sociétés capables de se modifier sans que change aussi leur système scientifique et technologique est toujours arrière le coin.

2.1.3 Premiers pas : la réflexion des classiques autour de science, technique et société et la naissance de la sociologie de la science et de la technique

La réflexion sociologique sur la technique, ainsi qu'on l'a écrit, dans les classiques ne se détache pas des interprétations positivistes, machinistes, matérialistes, déterministes et n'a pas été développée de façon autonome jusqu'à constituer une discipline indépendante.

La contribution de Comte à la question de la science et de la technique doit être encadrée au milieu d'une sociologie pour la science et pour la technique. La sociologie, selon le sociologue français, ne doit pas seulement tendre à comprendre la société, mais aussi à favoriser la diffusion du matériel sociopolitique et moral des connaissances scientifiques et techniques, c'est-à-dire de ces connaissances positives (Parini & Pellegrino 2009 : 4).

Marx voit la technique comme base matérielle du rapport entre l'individu et la nature qui en régit le comportement actif en informant les relations sociales. La technique s'élève à élément central pour comprendre, dans les termes de la conception matérialiste de l'histoire, la dynamique sociale, même dans une vision prédictive (Parini & Pellegrino 2009 : 4).

Mumford pose l'accent surtout sur comment les artefacts de la technique représentent une sorte d'infrastructure qui a alimenté le processus de civilisation caractéristique de l'histoire de l'Occident. De la vision de Mumford on doit souligner la vision dynamique du rapport entre technique et processus de civilisation (Parini & Pellegrino 2009 : 4).

Si la science et la technologie ont été objet d'étude par les sciences sociales déjà dans la deuxième moitié du XIXe siècle, c'est seulement à partir de la fin des années 30 du siècle passé, avec les œuvres de Robert K. Merton (Merton 1981), qu'on commence à développer une vraie et propre sociologie de la science, mais pas de la technique. Il n'existe pas, en fait, une sociologie de la technique ou, pour mieux dire, les recherches dans ce milieu n'ont jamais reçu une telle légitimation qui a permis de s'imposer comme telle. La réflexion sur la science dans le domaine sociologique, donc, a accompagné et contenu en son intérieur aussi la réflexion sur la technique, sur la technologie.

Après la fin de la Deuxième Guerre Mondiale, le rôle du scientifique, qui pendant les deux guerres avait joué un rôle central dans l'innovation de l'industrie de guerre, commence à renforcer l'idée que le pouvoir politique dépend de plus en plus de la contribution de la science et de la technologie et que les conséquences des découvertes scientifiques et des innovations technologiques sur l'environnement, l'économie et la société influencent directement le destin des nations et du monde. Mais il faudra attendre les années 70 et 80 du XXe siècle pour voir naître la première revue scientifique dédiée à la sociologie de la science³⁴ et les premières sociétés et associations de recherche³⁵ (Bucchi 2004 : 577). De même que dans tous les secteurs disciplinaires des sciences sociales, dans la deuxième moitié du siècle dernier, on a assisté à une fragmentation de la sociologie de la science dans de nombreux sous-secteurs, dont la sociologie de la technique ; elle a commencé à dialoguer avec d'autres sciences identiques comme l'histoire de la science, la philosophie de la science, les sciences naturelles, l'anthropologie. Dans les pays anglophones, de fait, on désigne ce secteur

³⁴ En 1976 *Science Studies* changea son nom en *Social Studies of Science* en devenant la première revue spécialisée (Bucchi 2004: 577).

³⁵ En 1978 *l'American Sociological Association* créa la section dédiée à la *Sociology of Science* (Bucchi 2004: 577).

disciplinaire complexe avec l'expression *STS*. Dans les dernières quarante années nous avons assisté au développement des écoles et des courants qui à partir de l'influence sur les sciences sociales de grandes découvertes scientifiques dans le domaine de la physique, des mathématiques et des sciences naturelles (Tripier 1991), ont développé de nouvelles idées pour approfondir le discours sur le rapport entre science, technologie, société et connaissance.

La sociologie de la technique n'a eu un développement linéaire et simple comme celui de la sociologie de la science, qui peut être synthétisée dans une série de passages disciplinaires et interdisciplinaires : sociologie des et sur les scientifiques, sociologie de la connaissance scientifique, anthropologie des laboratoires, sociologie de la traduction et des réseaux sociotechniques. Les racines de la sociologie de la technique sont, au contraire, hétérogènes et multiples en provenant de différents domaines disciplinaires qui pas toujours dialoguent entre eux ou sont serviles. Plusieurs chercheurs se sont adressés au problème de la technique en partant de la sociologie industrielle, le travail ou l'organisation ; d'autres à partir de la sociologie de la science ou de la sociologie du quotidien et de l'usage des objets ; d'autres encore à partir des mouvements *STS* (*Science, Technologie, Société*) et le *Technology Assessment* des années 70 nés du *Mouvement Pugwash* fondé par Bertrand Russel et Albert Einstein qui s'interrogeaient sur le contrôle social des technologies en commençant du débat sur le désarmement nucléaire, sur le pacifisme et l'informatique ; enfin, il est bien de citer, même si ne constituera pas argument particulier d'intérêt de cette thèse, les traditions déjà existantes des études d'histoire de la technologie et, surtout, l'histoire et la philosophie de la science. La *Figure 3* montre le développement de différents courants et milieux disciplinaires dans les sciences humaines et sociales qui dans les XIXe et XXe siècles se sont intéressés à la question de la technologie.

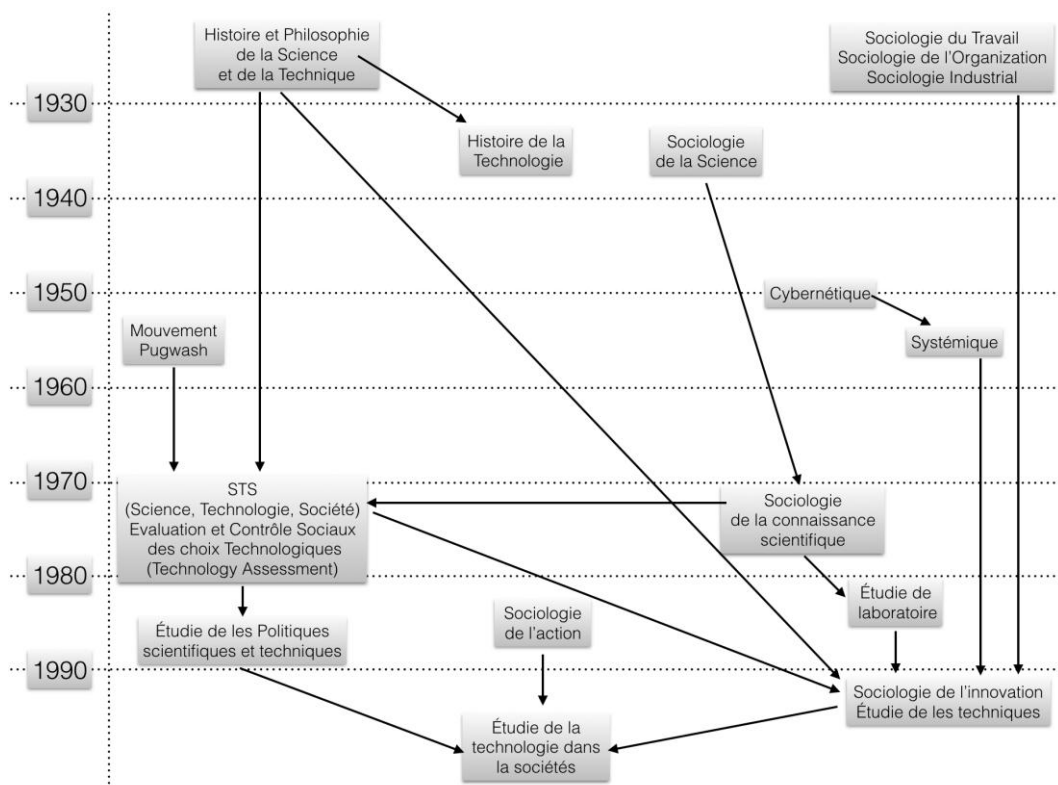


Figure 3 : L'évolution des *Technology Studies*. Notre élaboration de Vinck (Vinck 1995 : 231).

2.2 Trois approches : entre déterminisme technologique, constructivisme social et co-construction

Dans les pages suivantes seront présentés certains des principales écoles et courants des STS. Généralement, on distingue trois approches principales pour l'étude des rapports entre technique et société :

- le déterminisme technologique ;
- le constructivisme social ;
- le *seamless web* : le modèle de la « trame sans coutures » ou du « tissu unique » ou de la co-construction de la technique et du social.

Les deux premières approches, en net contraste entre elles, considèrent que technique et société représentent deux sphères distinguées entre elles (Vinck 1995 : 231). La troisième approche se dissocie des deux précédentes en voyant dans telle distinction un effet plutôt qu'une cause et considèrent les deux approches « déterministes » de manière opposée entre elles : d'un côté, on affirme que le changement technologique est indépendant de la société (déterminisme technologique), de l'autre côté on pense que la technologie est une construction sociale (déterminisme social).

Dans le premier cas, le changement technologique est autonome : soit parce qu'il est poussé par un besoin intérieur (déterminisme intérieur) ; soit parce qu'on déduit du développement de la science. Par contre, un changement technologique provoque un changement social. La technique est semblable à une force extérieure à la société, qui presse sur elle-même. En regardant, en outre, la relation qui va de la technique vers la société, on s'interroge sur l'impact et les conséquences de la technologie sur la société. En partant de ces considérations, nombreux philosophes de la technique comme Jacques Ellul, Gilbert Hottois ou qui se sont occupés de la question, comme Herbert Marcuse, déplorent le fait que la technique envahit et imprègne l'humanité et domine sur l'homme. Marcuse a dénoncé la réduction de la diversité intérieure à l'humanité à cause du développement de la technique. « Le système technique englobe la société et la détermine. Les individus n'ont aucun pouvoir » (Vinck 1995 : 232).

2.2.1 L'approche normative de Merton

Le sociologue américain Merton, presque universellement reconnu comme le fondateur de la sociologie de la science, saisit cette dernière comme une institution sociale, qui se base sur une « structure normative », c'est-à-dire un système de normes et de valeurs spécifiques qui en garantissent le fonctionnement. Cette structure normative se base sur quatre « impératifs institutionnels » :

- Universalisme : les assertions et les résultats scientifiques sont jugés abstraction faite des caractéristiques de celui qui les formule (race, genre, etc.) ;
- Communautarisme : les résultats et les découvertes ne sont pas propriété du chercheur particulier, mais patrimoine de la communauté scientifique et de la société, en étant la connaissance, produit collectif et cumulatif ;
- Désintéressement : chaque chercheur a comme but primaire le progrès de la connaissance, en obtenant seulement indirectement la reconnaissance individuelle ;
- Scepticisme organisé : chaque chercheur doit être prêt à évaluer critiqueusement tous les résultats, les siens compris.

Merton considère chaque rupture de ces impératifs institutionnels, pas comme événements qui posent en discussion ces impératifs, mais comme phénomènes de déviance qui, en activant des sanctions sociales, portent à la fin à rétablir et aussi à renforcer le système normatif de la science. Nombreux auteurs, successifs à Merton, ont cherché de montrer – même à travers une série de recherches empiriques – que les impératifs institutionnels constituent, plutôt que des normes réellement actives, des points de référence idéaux, auxquels ne correspondent pas nécessairement formes de comportement conséquentes, souvent inspirées à des règles même opposées à celles identifiées par Merton. L'analyse institutionnelle de Merton, aujourd'hui encore valide pour plusieurs aspects, a permis de saisir des caractéristiques importantes de l'institution « science » : l'importance des hiérarchies, la tendance à gratifier celui qui a déjà des positions privilégiées (ainsi

nommé « effet Saint Matteo », expression prise de la phrase mentionnée par l'évangéliste dans la « parabole du semeur » : « Parce qu'à quiconque a, sera donné et sera dans l'abondance ; mais à celui qui n'a pas, sera enlevé aussi ce qu'il a » (Matteo : 13,1-23), le rôle joué par des sujets (*gatekeeper*) qui, en vertu de leur position dans les réseaux institutionnels, peuvent influencer fortement l'allocation des ressources, l'importance des réseaux informels parmi les chercheurs (*invisible college*).

2.2.2 Le cadeau comme principe organisateur de la science

Dans les années 60, Warren O. Hagstrom (Hagstrom 1965) a élaboré une interprétation qui pose l'action de donner comme principe organisatif de la science. La reconnaissance de celui qui donne apparaît le facteur de motivation fondamental pour la recherche : le chercheur donne les résultats de sa recherche à la communauté scientifique, en obtenant en retour de la reconnaissance. Autour de ce noyau, on construit un système de mythes et récits (celle, par exemple, du scientifique désintéressé) qui renforcent l'entier processus. À ce système on peut appliquer la théorie du cadeau de Marcel Mauss élaborée dans un milieu anthropologique.

2.2.3 La Sociology of Scientific Knowledge

Par contre à la sociologie institutionnelle de la science, la *Sociology of Scientific Knowledge (SSK)* se pose comme but celui de montrer l'importance des facteurs sociaux dans la production des faits scientifiques (dont l'opposition entre science, considérée comme institution, et connaissance scientifique, vue comme *black box* d'ouvrir). Défini « programme fort de la sociologie de la connaissance », la *SSK* se base sur quatre principes d'analyse :

- c'est causal, c'est-à-dire s'occupe des conditions qui produisent des croyances ou états de connaissance ;
- c'est impartial, c'est-à-dire non intéressé à juger la vérité ou la fausseté, le succès ou l'insuccès des thèses scientifiques analysées ;
- c'est symétrique, c'est-à-dire les explications offertes doivent valoir, soit pour les croyances vraies, soit pour celles fausses ;
- c'est réflexif, c'est-à-dire se doit appliquer à la même sociologie.

La *SSK* a produit surtout des études de cas, qui peuvent être articulés en quatre zones principales :

- ceux qui soulignent le caractère contingent de la production et de l'évaluation scientifique, en identifiant une zone grise, entre ce que la nature offre au chercheur et les comptes rendus qu'il en produit, la zone grise dans laquelle s'insèrent des facteurs de caractère social ;
- ceux qui montrent le poids des intérêts professionnels dans la détermination et dans l'interprétation des faits scientifiques ;
- ceux qui analysent le rôle de la science et des scientifiques dans un particulier moment historique et le niveau de professionnalisation des experts ;
- ceux qui montrent l'influence de la culture générale (en termes d'images, métaphores, modèles, etc.) sur la production des faits et des interprétations scientifiques.

Se constituant autour de la *Sciences Studies Unit* fondée en 1966 à Edimbourg, la *SSK* compte des chercheurs comme Barry Barnes (Barnes & Shapin 1979), David Bloor (Bloor 1998), Steven Shapin et Andrew Pickering.

2.2.4 L'externalisme

Dans les années 90 M. Bunge (Bunge 1991) chercha à retracer une typologie des orientations instituées par la communauté scientifique pour définir les rapports entre contexte social et communauté scientifique. Plus qu'une approche indépendante, donc, celui de Bunge constitue une tentative d'ordonner les théories

sur le rapport entre science et société, selon le poids qu'elles reconnaissent à la société d'influencer de l'extérieur (dont dérive le terme « externalisme ») la science. Selon cette typologie, on peut identifier quatre versions d'externalisme :

- externalisme modéré local : la connaissance est socialement conditionnée par la communauté scientifique qui influence ses membres ;
- externalisme modéré global : la connaissance est socialement conditionnée par la société dans son complexe qui influence les membres de la communauté scientifique ;
- externalisme radical local : la connaissance est sociale et la communauté scientifique construit des idées scientifiques ;
- externalisme radical ou fort global : la connaissance est sociale et la société dans son complexe construit des idées scientifiques.

2.2.5 Programme empirique du relativisme

Dans les années 80 H. M. Collins (Collins 1985), en anticipant les approches constructivistes, propose les contenus d'un programme de recherche – défini « programme empirique du relativisme » – en se proposant de délinéer les objectifs de la recherche sociale dans l'étude de la science. Ces objectifs sont trois :

- montrer la souplesse interprétative des résultats expérimentaux, c'est-à-dire la possibilité que ceux se prêtent à plusieurs interprétations ;
- analyser les mécanismes par lesquels on atteint la fermeture de cette souplesse (par exemple, comment se résolvent les controverses) ;
- lier ces mécanismes de fermeture à la plus vaste structure sociale (réputation du scientifique, capacité d'un group d'imposer sa propre vision).

2.2.6 L'approche constructiviste

L'approche constructiviste privilégie la dimension micro-sociologique, en utilisant surtout une instrumentation issue de l'analyse ethnographique. Parmi les représentants de cette approche, qui est allée se développer à partir des années 70, vaut la peine de mentionner H. Garfinkel, K. Knorr-Cetina (Knorr-Cetina 1981), N. Gilbert M. et Mulkay (Gilbert & Mulkay 1984), S. Woolgar et B. Latour (Woolgar & Latour 1979), qui ensuite élaborera l'approche de l'*Action Network Theory* (ANT). La particularité de ce mouvement de recherche sont les « études de laboratoire », par la minutieuse analyse des processus communicatifs parmi les chercheurs, soit écrits, soit oraux.

Il faut souligner que l'approche constructiviste se développe en connexion avec un vaste débat sur les bases épistémologiques de la science, qui a vu comme protagonistes, des auteurs tels que T. S. Kuhn (Kuhn 1978) ou P. K. Feyerabend (Feyerabend 2002) et ouvre ensuite la rue à d'autres approches qui s'insèrent, en fait, dans sa cavité.

L'approche constructiviste (*constructionism*) dans le milieu des études sur la science se base sur l'affirmation selon laquelle la réalité n'est jamais donnée, mais est toujours construite par l'activité humaine. Pourtant, aussi les faits scientifiques sont construits, en recourant à des instruments normalisés et non. Dans cette perspective, la science ne paraît plus une boîte noire composée par des objets particuliers et entités autonomes, mais le résultat d'un complexe processus de construction de la réalité, réalisée par un processus de transcription et d'une continue retranscription de cette même réalité.

La construction des faits scientifiques est réalisée par une négociation entre sujets individuels et collectifs, pas seulement par rapport à la réalité, mais aussi aux procédures et aux significations relatives à ce que soit un « bon experiment scientifique » ou quelles caractéristiques doit avoir un « bon scientifique ». Les parties impliquées ne sont pas seulement les scientifiques, mais aussi d'autres sujets : investisseurs, fournisseurs de matériaux de laboratoire ou agences d'État. Cela implique que la recherche scientifique est ancrée à « arènes trans-épistémiques », c'est-à-dire des zones d'interaction entre les groupes sociaux,

politiques, économiques et techniques porteurs de différents systèmes de connaissance.

L'action de construction de la science et des faits scientifiques se manifeste aussi avec le recours aux rhétoriques, c'est-à-dire aux techniques de persuasion et de représentation de la réalité qui se trouvent ensuite incorporées dans les arguments et dans les *paper* scientifiques. Ces techniques tendent à rendre objectives procédures et méthodes qui ne le sont pas, en les abstrayant du réseau d'interactions dont elles prennent origine. Le caractère construit de la production scientifique permet qu'en leur sein agissent des éléments propres de différentes cultures nationales ou des cultures de genre. On produit ainsi une science non unitaire dans laquelle vivent différentes cultures épistémiques.

2.2.6.1 La Social Construction of Technology (SCOT)

De l'approche *SCOT* ont pris naissance de différents courants de recherche empirique. On peut signaler, par exemple, les études sur le développement de technologies spécifiques, sur l'innovation organisationnelle connexe avec l'introduction de nouvelles technologies (en particulier, le *ICT*), sur la formation des représentations sociales de la science et de la technologie chez le public et sur la définition des politiques publiques sur la science et la technologie.

L'approche *SCOT* a été pour la plupart élaborée entre la fin des années 80 et le commencement des années 90 par W. Bijker (Bijker 1998) et T. Pinch (Pinch & Bijker 1990).

En appliquant la perspective constructiviste à la technologie, l'approche de la construction sociale de la technologie (*SCOT*) se propose trois objectifs :

- montrer la flexibilité interprétative (*interpretative flexibility*) des objets technologiques, en vertu de laquelle sont admissibles diverses façons et formes de construction du même objet, aucun desquels optimal ;
- analyser les mécanismes à travers lesquels cette flexibilité interprétative à un certain point vient fermée (closure) et l'objet assume une structure définitive (stabilisation) ;
- lier ces mécanismes de fermeture au plus grand contexte social.

La technologie, dans la perspective SCOT, n'est pas le résultat d'un processus linéaire, de type déterministique, dérivant des progrès technologiques précédemment atteints. C'est-à-dire qu'une technologie qui dérive d'un processus de recherche pas nécessairement constitue la réponse la plus efficace à un déterminé problème ou, au moins, ce n'est pas dit que soit la solution meilleure pour tous les possibles utilisateurs, mais, peut-être, c'est seulement pour une partie d'eux. En effet, avant qu'on atteigne une « technologie définie », pas plus modifiable, se présentent diverses lignes de développement alternatives, qui peuvent pour un certain temps coexister, jusqu'à ce qu'une trajectoire prévaudra sur les autres. Ce processus se développe par la comparaison entre différents groupes sociaux (*relevant social groups*) lesquels produisent sur la technologie encore flexible une interprétation copartagée (c'est-à-dire un technological frame), liée à des connaissances, attentes, objectifs, valeurs et instruments pour l'action copartagée du group. Différents *technological frames* se disputent pourtant le champ, de sorte que la technologie assume une forme déterminée ou acquit des caractéristiques déterminées. Une fois qu'un *frame* se montre convaincant (parce que plus convaincant ou parce qu'il est partagé par des sujets plus forts et influents), on active un processus de fermeture (closure) qui établit la technologie à l'intérieur d'un système de caractéristiques fixe.

2.2.6.2 L'Action Network Theory

L'ANT a été appliquée surtout à l'analyse des réseaux d'innovation technologique et des formes d'action collective connexes avec l'innovation.

L'approche ANT a été élaborée à la fin des années 80 par un groupe de chercheurs qui se réfèrent à Bruno Latour (Latour 1998) et Michel Callon (Callon 1990).

Entendue comme tentative d'élargir l'approche micro-sociologique émergente des études sociologiques de laboratoire, l'ANT part de l'affirmation selon laquelle la science est un « Janus biface » : d'un côté il y a la science consolidée, qui doit être analysée par l'épistémologue ; de l'autre il y a la « science en construction », objet de la sociologie.

L'étude de la « science en construction » se base sur la conscience selon laquelle un fait scientifique ne peut se solidifier qu'à travers la coopération d'une série

d'alliés qui travaillent au dedans et au dehors des laboratoires. Un fait scientifique reste inactif (telle qu'un ballon de rugby laissé sur l'herbe) s'il ne devient pas l'objet de personnes qui coopèrent ensemble à un réseau d'autres acteurs (l'équipe de rugby).

Pour mieux comprendre le fonctionnement de ce réseau de soutien, il faut dépasser la distinction entre acteurs humains (scientifiques, administrateurs, institutions financières, etc.) et non humains (un renvoi bibliographique dans un article, une société, un instrument, etc.). Tous ces éléments, définis « actants », en effet, sont impliqués dans la production de faits scientifiques et donc de théories scientifiques.

Les réseaux d'actants ont le but de transformer les résultats expérimentaux, assertions ou un prototype technologique dans une « boîte noire », c'est-à-dire dans un fait scientifique ou dans un produit technologique solidifié. Pour faire ça, cependant, il faut que le réseau s'élargisse le plus possible, en impliquant un nombre croissant d'actants. Dans cet objectif, les acteurs-clés réalisent une activité de traduction (*translation*) qui permet d'inclure dans le réseau des sujets porteurs d'autres intérêts ou d'autres significations. Une fois que ce procès réussit, les acteurs se mobilisent pour établir le *network*, en dépassant les autres réseaux en compétition.

La diffusion de la science, dans la perspective de la *ANT*, procède donc seulement en vertu de la présence d'acteurs et pas de manière mécanique et naturelle. Une fois que la boîte noire est fermée, l'action des acteurs et des *network* qui ont contribué à la rendre possible disparaît et il ne reste alors que le fait scientifique.

2.2.6.3 Le Social Shaping of Technology (SST)

L'approche du Social Shaping of Technology (SST), basée surtout sur des travaux réalisés dans la moitié des années 90 par R. Williams et D. Edge (Williams & Edge 1996), se développe parallèlement et étroitement liés à l'approche SCOT, quoique s'en différencie pour certains aspects.

Les théoriciens du Social Shaping of Technology cherchent de montrer le caractère fallacieux des interprétations, qui considèrent la technologie comme un procès qui alimente soi-même et s'autodétermine, en concentrant l'attention sur

les forces socio-économiques qui contribuent à donner forme et direction à l'évolution des systèmes technologiques.

Dans la perspective de l'approche SST, cette évolution ne constitue pas un procès linéaire, mais se configure comme un itinéraire caractérisé par de bifurcations continues, qui sont à l'origine chaque fois de possibles lignes de développement, également très divergentes. Dans ce cadre, il devient central, pour le SST, de développer une compréhension des facteurs qui déterminent le choix en faveur d'une direction par respect à l'autre, des forces sociales qui entrent en jeu et des implications que chaque choix produit.

Les choix en champ scientifique et technologique sont mis en évidence et se produisent dans le processus de construction des politiques de la science et de la technologie, lesquelles constituent le contexte dans lequel les différents acteurs impliqués ou cependant intéressés à influencer les choix dans ce domaine deviennent manifestes.

Plusieurs acteurs, cependant, agissent aussi en manière pas explicite. C'est le cas, par exemple, des utilisateurs finals des technologies – sujets souvent peu ou pas du tout considérés des études sur les politiques de la science – qui influencent la sélection des parcours technologiques à travers les mêmes modalités avec lesquelles ils utilisent les technologies.

Il s'agit donc de mettre au premier plan les différentes stratégies adoptées par les acteurs qui entrent dans l'arène technologique, les réelles finalités qu'ils poursuivent (y compris les intérêts non évidents qui favorisent ou défendent, souvent de manière non connexe, directement avec la dimension technologique), les tensions qui se produisent parmi les mêmes acteurs et les « redressements » continus qui se déterminent pour mettre sous contrôle ces tensions.

L'approche SST a été utilisée surtout dans l'analyse des processus de formation des politiques publiques de la science et de la technologie et sur l'usage des technologies dans la dimension quotidienne, avec une attention particulière aux ICT.

2.2.6.4 L'approche féministe des technologies

Dans le milieu de l'approche constructiviste, s'est développée une vaste littérature sur le rapport entre genre et technologie, qui a donné progressivement naissance à une approche féministe des technologies (Wajcman 1995). Cette approche met en évidence certains éléments culturels qui ont caractérisé le développement des technologies :

- la technologie et les machines ont été culturellement associées au genre masculin ;
- cette association paraît connexe avec une stéréotypie des genres, en vertu de laquelle au genre féminin s'associe le manque d'analyse, l'émotivité et la faiblesse, là où la technologie apparaît liée à la rationalité et à la dimension analytique, attribuées traditionnellement au genre masculin ;
- cette signification de la technologie paraît la réflexion des oppositions les plus profondes, comme celles entre homme/femme, science/sensualité, culture/nature et choses/personnes ;
- la signification des technologies résulte donc comme étant attribuée à la culture de genre masculin, tandis que celle de genre féminin est dominée ;
- la faible importance reconnue aux différentes significations que les femmes attribuent aux technologies peut aussi déterminer la survenance d'effets non prévus en regard à l'usage des mêmes technologies.

2.2.7 La nouvelle production de la connaissance

Ainsi, l'approche dite de la « New Production of Knowledge », élaborée à la fin des années » 90 par un groupe de chercheurs (Nowotny, Scott & Gibbons 2001), se concentre sur la distinction entre mode1 et mode2 de production de la connaissance. Le mode1 se réfère à la science, telle qu'on l'a définie dans le contexte de la modernité, tandis que le mode2 se réfère à la production de la connaissance scientifique dans le contexte de la société post-moderne et post-industrielle.

Dans le mode1, la science était gouvernée par les intérêts de la communauté scientifique, avait un caractère disciplinaire, impliquait des sujets qui partageaient la même « culture » et appartenaient à un même type d'institutions, se basait surtout sur des liaisons hiérarchisées et était peu transparente.

Dans le mode2, au contraire, la science est conduite par des intérêts d'application, établis par des sujets extérieures à la communauté scientifique, a un caractère transdisciplinaire, implique beaucoup de sujets entre eux culturellement hétérogènes, se développe principalement à travers des relations horizontales et est plus orientée à la transparence et à l'accountability.

Les causes qui ont permis la diffusion du mode2 – qui ouvre la voie à la soi-disant « science post-accadémique » (Ziman 1998) – dérivent du succès même du mode1. Le nombre de chercheurs a augmenté de manière significative pour être absorbé par des institutions de recherche à caractère disciplinaire, et c'est par ces dernières qu'ils se sont distribués dans la société, en créant des laboratoires, en entrant dans les industries ou en faisant carrière dans les administrations publiques. Pour cette raison, les lieux de production de la connaissance se sont énormément multipliés, comme un effet imprévu du processus de massification de l'instruction et de la recherche.

Le développement des transports et des ICT a ensuite facilité l'interaction entre ces lieux, en donnant forme à un système de production de connaissance socialement distribué, construit sur des réseaux qui traversent les limites institutionnelles. Cela évidemment rend plus complexe le contrôle de la qualité des produits scientifiques, mais, au même temps, accroît les liaisons entre science et société et renforce le poids des aspects sociaux impliqués dans la production de la connaissance.

La *New Production of Knowledge* a influencé de façon considérable, les interprétations de la science et de la technologie, surtout dans le domaine du débat politique. La distinction mode1/mode2, en outre, est actuellement utilisée comme cadre théorique général de référence dans le contexte de nombreuses études sur les systèmes nationaux de recherche, sur l'évolution des institutions de recherche et sur les réseaux d'innovation.

2.2.8 Le modèle de la triple hélice

Influencé par la théorie des systèmes, le modèle de la « triple hélice » (*triple helix*) a des finalités, tant descriptives que normatives.

Le modèle reconnaît l'innovation comme une continuelle interaction entre trois différentes sphères institutionnelles (les « hélices ») ; c'est-à-dire l'université, le gouvernement et les entreprises, à l'intérieur desquelles agissent des divers types d'acteurs.

Selon le modèle, les liaisons entre ces sphères ont changé dans le temps. Si précédemment, gouvernements, entreprises et universités agissaient, chacune en suivant ses stratégies, maintenant elles agissent de plus en plus en syntonie, en donnant forme à des processus coévolutifs, au croisement desquels s'active le processus de recherche.

De cette façon, les changements qui se passent à l'intérieur d'une des trois sphères, tendent à se transmettre aux autres, en donnant forme à un processus de « transition sans fin » (*endless transition*), qui requiert des niveaux plus complexes et sophistiqués de gouvernance.

L'image de la « triple hélice » synthétise ce processus. Dans une société basée sur la connaissance, universités, gouvernements et entreprises fonctionnent et doivent travailler ensemble, en créant un « milieu innovatif » où il est possible d'expérimenter modalités de coopération nouvelles et plus efficaces (spin-off, alliances, laboratoires publics et privés), sans qu'aucune des trois composantes détienne un vrai pouvoir de contrôle sur les autres.

Le modèle de la triple hélice – élaboré à la fin des années 90 par L. Leydesdorff et H. Etzkowitz (Etzkowitz H., Leydesdorff 1997) – constitue aujourd'hui un cadre de référence théorique général largement utilisé dans le milieu des STS. En particulier, il trouve application dans l'étude des systèmes nationaux ou locaux de recherche et innovation, des liaisons communicatives entre universités, entreprises et administrations, de nouvelles modalités institutionnelles et organisationnelles de promotion et gestion des processus de recherche.

2.2.9 L'informationnalisme et la network society

Manuel Castells dans « La naissance de la société en réseau » (Castells 1996) a proposé une lecture des changements de la science et de la technologie en récupérant la notion de « paradigme » technologique, élaboré par Carlota Perez (Perez 1983), Christopher Freeman et Giovanni Dosi (Dosi & al. 1988), qui l'ont préalablement adoptée de l'analyse classique des révolutions scientifiques de Kuhn (Kuhn 1978).

La notion de paradigme nous aide à comprendre l'essence de l'actuelle transformation technologique et dans quelle manière elle interagit avec l'économie et la société (Kuhn 1978; Perez 1983; Dosi et al. 1988). Plutôt que préciser la définition pour inclure les processus sociaux cachés derrière l'économie, il semble être plus utile, ainsi qu'une guide pour notre prochain voyage à travers les modèles de transformation sociale, d'identifier ces caractéristiques qui constituent le cœur du paradigme tecno-informatique. Pris ensemble ils constituent la matière fondamentale de la network society (Castells 1996 : 76).

Un paradigme tecno-économique, donc, est une *grappe* d'innovations dans le domaine technique, organisationnel et gestionnaire dont les avantages ne doivent pas être cherchés dans de nouveaux produits ou systèmes, mais dans la dynamique de la structure des coûts relatifs parmi tous les possibles facteurs de production.

Dans chaque nouveau paradigme, pourtant, on enregistre la présence d'un « facteur clé » est caractérisé par le fait de coûter de plus en plus moins et d'être disponible universellement. Le paradigme caractéristique de la révolution industrielle moderne a eu comme facteur clé l'énergie ; ce qui est en train de caractériser la phase actuelle a comme facteur clé l'information qui dérive des progrès dans la micro-électronique et dans les télécommunications (C. Freeman, Prefazione alla Parte II, in Dosi et al. 1988 : 10).

À ce propos Castells parle de « société de l'information » ou « informationnalisme » (Castells 1996 ; 1999 ; 2000 ; 2007 ; 2009 ; Himanen 2001) et de network society (Castells 1996 ; 1999 ; 2000 ; 2007 ; 2009 ; Wellman 2000) : une société où circule librement un flux illimité d'informations. Le développement des ICT a produit des économies d'échelle importante et a modifié les processus de production, le comportement des consommateurs, les règles sociales et institutionnelles. Les ordinateurs ont augmenté leur capacité de mémoire et d'élaboration et de traitement d'informations. La technologie informatique a été employée dans tous les domaines, professionnels, domestiques et sociaux. Les télécommunications ont développé leur potentialité et,

aujourd'hui, permettent d'unir des points éloignés de la planète. Les câbles à fibre optique permettent la transmission de données en quantité supérieure au passé et les principales dorsales des réseaux téléphoniques et d'Internet, compris les connexions internationales, sont à fibre optique. La numérisation s'est affirmée comme un système dominant, parce que d'un côté, elle rend plus économique la production d'informations et de l'autre elle étend les marchés et les limites de leur jouissance, en permettant l'interactivité entre systèmes communicatifs modernes et contribue de façon substantielle à la naissance de nouvelles formes de division du travail (Castells 1996). Les nouvelles technologies appliquées à l'information et à la communication ont en outre produit, comme on l'a vu, une contraction du temps et de l'espace. La distance entre les divers points s'est annulée ; le temps est celui de la contemporanéité (Castells, 2010). Millions de données peuvent être transmises à la fois en une fraction de seconde ; les nouvelles sont apprises dans le moment où elles se passent. Le monde du travail a été transformé : d'un progressif délocalisation des productions, on assiste dans les dernières années à un autre délocalisation dans le domaine des services. Ce sont surtout les domaines de la finance et de l'information qui ont bénéficié de ces nouveaux instruments. Les network mondiaux transmettent les nouvelles en temps réel sans solution de continuité. La planète est entourée par un réseau global à l'intérieur duquel les flux informatifs coulent en continu à travers les divers « nœuds » interconnectés entre eux.

Castells, en partant de telles présuppositions épistémologiques, individualise les attributs principaux de la network society, construite sur l'usage envahissant de nouvelles technologies et souligne cinq aspects qui sont spécifiques à ce nouveau paradigme :

1. Les nouvelles technologies, diversement des révolutions technologiques précédentes, agissent sur l'information même et non vice versa, en renversant les hypothèses traditionnelles et en définissant l'information au fur et à mesure en tant qu'un bien « matériel », élément base du travail. L'information, pourtant, représente la matière première. La particularité des nouvelles technologies consiste dans leur capacité de créer un mécanisme de rétroaction entre information et technologie. La particularité consiste

dans l'application de la connaissance et de l'information à disposition pour la génération de la connaissance et l'élaboration de l'information. Une fois introduite, la technologie est utilisée par les utilisateurs ; avec l'usage vient développée et définie la technologie même. Les nouvelles technologies de l'information ne sont pas simplement des instruments à appliquer, mais des processus à développer. Celui qui utilise et celui qui produit sont souvent la même personne (Castells, 1996). L'information, donc, représente une valeur ajoutée pour sa capacité d'influencer la technologie et l'élaboration nouvelle exercée par les utilisateurs sur la technologie même, produit comme conséquence un étroit rapport entre les processus sociaux de création et manipulation des symboles et la capacité de produire et débiter les biens et les services, c'est-à-dire parmi la culture de la société et les forces productives³⁶ (Castells 1996 : 225).

2. Les nouvelles technologies sont extrêmement envahissantes et pèsent profondément sur les perceptions collectives et individuelles, puisque chaque processus de la vie sociale et collective est directement « formé », même s'il n'est pas déterminé par les nouvelles technologies, en faisant de l'information une partie intégrante de chaque activité humaine, le nouveau médium technologique influence tous les milieux de notre existence quotidienne, individuelle ou collective. Les effets perturbateurs sont étroitement liés au « non gradualisme » du nouveau paradigme. Il se passe une phase explosive qui détermine des proportions nouvelles dans les processus mentaux et dans l'organisation sociale.
3. La société est de plus en plus construite sur une logique de réseaux : la structure ou l'ensemble des relations connexes à un niveau très haut d'interactivité caractéristique des générations nouvelles ; adaptée « à la complexité de l'interaction et aux imprévus modèles de développement résultant de la force créatrice de telle interaction ». La logique de réseaux permet de structurer les relations tout en conservant un haut degré de

³⁶ “De cette manière les ordinateurs, les systèmes de communication et la décodification et programmation génétique représente tous des amplifications et extensions de l'esprit humain. Ce que nous pensons, et la manière dans laquelle le pensons, se manifeste sous forme de biens, services, production matérielle et intellectuelle, quoique se traite de nourriture, habitation, système de communication et transport, ordinateur, missile, santé, éducation ou images” (Castells 1996: 225).

flexibilité. Le réseau est, en effet, une structure ouverte, en transformation continue. Quand le réseau se développe, en outre, le fait de manière exponentielle et exponentiel sont les avantages tirés d'eux, tandis que le coût augmente linéairement. La morphologie du réseau, donc, semble adaptée aux modèles imprévisibles de développement dérivés de la complexité des interactions de nouvelles technologies de l'information. Cette architecture, configuration topologique caractéristique des nouvelles technologies de l'information, donc s'applique à tous types de processus et organisations.

4. Le paradigme informationnel, dans son concret développement, est très flexible, facilement reconfigurable et parfaitement fonctionnel à une société en constant changement. Non seulement les processus, mais aussi les nouvelles exigences. Le système, donc, a la capacité de retravailler les processus en cours et se reconfigurer tout en gardant constante la structure. Cette fluidité organisationnelle permet le changement constant des règles et des éléments de l'organisation sans détruire cette dernière.
5. La convergence des trajectoires de développement des différentes technologies spécifiques (microélectronique, optoélectronique, télécommunications, biotechnologies), lesquelles s'intègrent à l'intérieur des systèmes technologiques les plus complexes (Castells, 1996) : il est difficile de concevoir un dispositif, un artefact sans penser aux variables dérivantes de l'interaction avec les autres dispositifs³⁷ (Agamben 2006 : 13, 18-20) et d'autres artefacts³⁸ (Wartofsky 1979 : 188-209). À celui-ci

³⁷ Le terme "dispositif" dérive du latin *dispositio*, traduction du grec *oikonomia* (gestion de la maison et plus en général *management*), qui à partir de Clemente d' Alessandria se fonde sur la notion de "providence" et va à signifier: "le gouvernement sauveur du monde et de l'histoire des hommes". "Les dispositifs dont parle Foucault sont de quelque façon connectés avec cet héritage théologique, peuvent être de quelque manière ramenés à la fracture qui partage et, ensemble, articule en Dieu être et pratique, la nature ou essence et l'opération par laquelle il administre et gouverne le monde des créatures. Le terme dispositif désigne ce en que et par que s'est réalisée une pure activité de gouvernement sans aucun fondement dans l'être. Pour cette raison, les dispositifs doivent toujours impliquer un processus de subjectivation, doivent, donc, produire leur sujet. Dans toutes les interprétations du terme dispositif il est commun la référence à une *oikonomia*, c'est-à-dire un ensemble de pratique, de connaissances, de mesures, d'institutions dont le but est de gérer, contrôler et orienter dans une direction qui soit utile, les comportements, les gestes et les pensées des hommes". Les dispositifs, en fait, sont l'élément qui dans la spéculation de Foucault prennent la place des "universels" (concepts d'exploitation de caractère général): "il ne s'agit pas simplement de celle ou cette mesure de police, de celle ou cette technologie du pouvoir, et pas du tout d'une généralité obtenue par abstraction: plutôt du réseau qui s'établit parmi ces éléments".

³⁸ Le concept instrument-artefact, comme énoncé dans la réflexion épistémologique de Wartofsky, s'articule en trois modes :

s'ajoute la croissante interdépendance de divers médias dans le global processus de convergence technologique³⁹. De ce point de départ, on trouve l'exigence de rechercher de nouvelles bases épistémologiques pour la recherche (épistémologie de la complexité ou du Chaos).

Artefacts primaires: les instruments techniques, orientés vers l'extérieur, qui servent donc au sujet pour agir sur la réalité environnante;

Artefacts secondaires: les instruments psychologiques orientés vers l'intérieur. Nous pourrions dire qu'ils dérivent d'une première élaboration conceptuelle des artefacts primaires;

Artefacts tertiaires: le système de règles formelles détaché de l'artefact primaire. Ce sont des modèles conceptuels qui ne paraissent pas avoir plus aucun lien avec les artefacts primaires et secondaires, mais qui dérivent de l'activité du sujet avec les instruments techniques.

L'instrument est une appropriation de l'artefact technologique. Le même est au centre du rapport que l'homme entretient avec le monde.

³⁹ Il est utile de souligner que la convergence jusqu'à ce moment décrit, doit être entendue d'une double manière, soit technologique, soit culturelle (Jenkins 2007: 21).

2.3 Champs, mondes et arènes

En conclusion de cette analyse des approches différentes des STS, il faut faire une réflexion sur ceux qui à plusieurs reprises, dans les différents contextes ont été nommés : cercles (Simmel 1903), groups occupationnels (Becker 1987), réseaux (Callon 1990; Latour 1998; Castells 1996), hélices (Etzkowitz & Leydesdorff 1997), communautés scientifiques (Kuhn 1978), actants (Latour 1998 ; Callon 1990), relevant social groups (Bijker 1998; Pinch & Bijker 1990), arènes trans-épistémiques (Knorr-Cetina 1995).

Il s'agit d'agréats hétérogènes, qui varient par dimension, type, nombre des composantes, selon les activités qui déroulent, selon différentes complexités organisationnelles, par le degré de sophistication technologique utilisé, par le type d'élaboration idéologique, par dispersion géographique. La difficulté dans l'étude de tels complexes d'acteurs, pratiques, événements et organisations consiste dans le fait qu'ils sont constitués d'une somme d'éléments liés par de faibles liens, de l'absence de rigides limites formelles, du manque d'une membership, d'une claire division des compétences et de centres décisionnels. Pour cette raison il peut sembler qu'on force leur lecture analytique qui s'oppose à des concepts articulés de manière rigide comme ceux de système ou d'organisation (Toscano 2012 : 309).

Ensuite on décrira brièvement deux modèles utiles pour l'articulation et la cohérence du présent travail. Ces modèles se considèrent un point d'arrivée : la théorie du champ (Bourdieu 1985 ; 1998 ; 2003 ; 2010) et les mondes ou sous-mondes (Shibutani 1955, Strauss 1978, Unruh 1980, Becker 1982) et les arènes (Strauss 1978, 1982, 1984, Clarke 1991). Les derniers deux qu'on peut synthétiser dans le concept sensibilisant de « mondes sociaux » (Strauss 1978, Becker 1982). Les champs de force et les mondes sociaux représentent une summa de tous les modèles et approches que jusqu'à ce moment on a examiné : les similitudes sont certainement plus nombreuses que les différences, soit pour les approches qui ne cachent pas leur directe filiation de ceux ; soit pour ceux qui n'utilisent pas la terminologie, les concepts ou les contenus, mais qui ne se réduisent pas directement à ceux surtout d'un point de vue théorique et formel.

2.3.1 La théorie du champ scientifique de Bourdieu

Élaborée par le sociologue Pierre Bourdieu (Bourdieu 2003) dans les années 90, afin de dépasser les analyses microsociologiques, la théorie du champ scientifique saisit la science comme un champ de forces, dont la structure est déterminée par les liens entre différents agents (les scientifiques, les équipes de recherche, les laboratoires).

Ces liens se définissent à partir de la distribution, parmi les agents, de deux différents types de capital : le capital scientifique, qui se base sur la connaissance et sur la reconnaissance et fonctionne comme une sorte de crédit (et donc sur la confiance et la croyance de ceux qui souffrent le pouvoir dérivant du capital scientifique) et le capital temporel, expression reprise de l'histoire médiévale européenne pour indiquer le pouvoir de l'Église catholique dans le milieu de l'État et ici utilisée pour indiquer le contrôle des aspects organisationnels, économiques, financiers et de quelques manières politiques de l'activité de la recherche.

Le poids associé à un agent dépend, donc, de sa position dans le champ par rapport à tous les autres agents, mais aussi de ses « cartes gagnantes », c'est-à-dire des facteurs différentiels de succès, représentés par le capital qu'il possède.

Les chercheurs ont à disposition un habitus, c'est-à-dire un ensemble de connaissances pratiques relatives aux problèmes à affronter et aux modalités avec lesquelles ils les affrontent. L'acquisition de l'habitus – qui change selon des disciplines auxquelles on se réfère et qui change dans le temps – permet aux scientifiques d'agir à l'intérieur du champ de manière significative.

Chaque acte scientifique est le fruit des luttes qui se passent dans le champ, par lesquelles les agents doués de ressources différentes luttent pour conserver ou transformer les rapports des forces en vigueur. Ces contrastes auront des formes et des modalités de développement selon la distribution du capital parmi les agents, mais ils s'organiseront toujours autour de l'opposition entre les dominants (first movers) et les défiants (challengers). Les premiers ont une rente de position, mais ils doivent toujours veiller, en se renouvelant continuellement, pour se défendre des attaques des deuxièmes. Le fait scientifique (et donc l'objectivité scientifique) se

produit comme tel seulement quand il est à disposition de la totalité du champ, c'est-à-dire quand se produit l'homologin, le « dire la même chose »

L'approche théorique de Bourdieu n'a pas eu de particulières applications empiriques, en se constituant comme une théorie interprétative générale de la science et de la technologie.

2.3.2 La science comme monde social

La tradition interactionniste a élaboré une autre variante des études sociologiques des contenus de la science. On a déjà souligné comment Hughes a poussé ses élèves et collaborateurs à examiner « comment le travail est fait », en posant l'attention sur le lieu de travail comme un lieu « où des gens différents se rencontrent » (Hughes 1971). La construction significative ou représentation du « travail même » (par exemple sa collocation dans un espace culturel) est ici considérée une partie d'un tel travail (si on parle de médecins et avocats, soit d'artistes ou scientifiques). Cela implique que les limites pourraient être trouvées dans les lieux de travail de la science ainsi que dans les lieux où ces activités sont plus visiblement reconstruites, par exemple, dans les tribunaux, dans les mass-médias, dans le discours public ou dans le corps législatif (Clarke & Gerson 1990).

Déjà, la première génération de l'École de Chicago avait utilisé le concept de « monde social »⁴⁰, mais c'est seulement à la fin des années 70 et 80 du siècle passé, que quatre articles de Strauss (Strauss 1978 ; 1979 ; 1982 ; 1984) structurent et donnent un fondement théorique au concept, et ensuite qu'ils sont repris dans la fameuse étude de Becker sur les « mondes des arts » (Becker 1986) en introduisant l'expression dans le vocabulaire des sciences sociales.

⁴⁰ Paul Cressey, dans sa note ethnographique de *Taxi Dance Hall*, fut le premier à utiliser l'expression "monde social", pour se référer à un agrégat social qui pouvait créer une commune vision du monde et impliquer le complet arc vital des individus qui en faisaient partie. "Pour celui qui – écrit Cressey – fréquente un *taxi-dance hall*, même si rarement, il se présente comme un monde social séparé, avec ses manières à faire, parler et penser. Il conserve ses idées sur ce qui compte dans la vie et, à partir d'un certain point de vue, ses schémas de vie" (Cressey 1932: 31). Strauss se réfère, en manière particulière, à Shibutani (Strauss 1993: 210).

Les mondes sociaux sont vus comme des agrégats de personnes qui se partagent un engagement à poursuivre un commun objectif, qui développent des idéologies pour définir le propre travail et qui accumulent des ressources pour le réaliser. Selon Becker les mondes sociaux sont au même temps « schémas conventionnels » (systèmes de croyances partagés ensemble), « réseaux de chaînes de coopération » (ensemble d'individus coordonnés) nécessaires pour l'action. Les mondes sociaux sont des segments professionnels et des réseaux sociaux constitués de réseaux professionnels et de cultures professionnelles. Strauss décrit les mondes sociaux en partant de quatre dimensions :

- un ensemble d'habitudes, évidences, des « univers de réponses réciproques régularisées » (Shibutani 1955) ;
- un espace : une arène où existe toute forme d'organisation ;
- un ensemble de codes culturels qui permettent une communication efficace ;
- un « potentiel de créativité », dans la mesure où on permet à celui qui l'habite d'inventer des solutions aux problèmes ou aux conflits.

Strauss rappelle, en outre, l'origine « antidéterministe » de cette notion qui se trouve déjà chez Park et chez Simmel (Dubar, Tripier & Boussard 2015 : 116).

L'approche des « mondes sociaux » est une forme d'analyse utilisée dans différents milieux des STS : la connaissance scientifique est vue ici comme une partie d'un monde local que les scientifiques construisent. Adele Clarke, Susan Leigh Star, Joan Fujimura, Thomas F. Gieryn ont appliqué cette perspective dans leurs études, qui a été utilisée par l'analyse du travail dans les organisations culturelles, industrielles et professionnelles, au travail des scientifiques. Ce dernier-ci a été vu comme un processus de négociation de l'ordre social et de ses limites. (Breslau 2007 : 4080). Il se concentre sur la production significative parmi les groupes d'acteurs et d'actions collectives de personnes qui « font les choses ensemble » (Becker 1986) et travaillent avec des objets en commun, qui dans la science et dans la technologie souvent comprennent des instruments de travail et des technologies très spécialisées (Clarke & Fujimura 1992 ; Star & Ruhleder 1996). Les mondes sociaux sont définis « univers discursifs », qui se partagent des espaces discursifs profondément relationnels (Strauss 1978).

Chaque monde social se caractérise pour au moins trois propriétés :

- une segmentation interne (qui produit submondes sociaux) ;
- la présence de zones d'interaction avec d'autres mondes sociaux ;
- une légitimation, c'est-à-dire un système de standard et de limites (boundary-work, Gieryn 2001) qui déterminent le fonctionnement du monde social et comment se détache et se distingue d'autres mondes sociaux.

La *membership* de chaque monde social est fluide et imprévue, par lequel une partie substantielle de l'activité de chaque monde consiste à définir ses propres limites face aux autres. En agissant dans cette direction, le monde social « science » entre en compétition avec ceux des autres professions, en provoquant une « bataille interprofessionnelle » qui se développe en trois principales arènes :

- celle qui est loyale ;
- celle des médias et de l'opinion publique ;
- celle à l'intérieur de spécifiques lieux de travail où agissent des représentants de plusieurs professions.

Chaque monde social produit ses rhétoriques et stratégies expressives pour convaincre ses propres membres et les sujets externes à propos de la légitimité de ses limites. Souvent les mondes sociaux se partagent en plusieurs mondes, qui se croisent avec d'autres mondes avec lesquels partagent des intérêts et des emplois substantiels et d'actualité qui se fondent. Si et quand le nombre des mondes sociaux devient considérable et sont intéressés par des conflits, de différents points de vue, formes de carrière, sources de financement, etc., tout ça est analysé comme une « arène ». Une arène se compose de plusieurs mondes organisés écologiquement autour des questions d'intérêt et engagement pour l'action réciproque. Cette approche assume plusieurs acteurs collectifs – mondes sociaux – dans toutes les formes de négociation et conflit, engagés à participer généralement à de grandes arènes substantielles en cours. Il s'agit d'une approche écologique, en cherchant de comprendre la nature des relations et l'action par la disposition de humaines et inhumaines dans l'arène, les représentations (narratives, visuelles, historiques, rhétoriques), les processus du travail (inclus la coopération sans consentement, les modèles de carrière, et les routines/anomalies), beaucoup de

formes de discours croisées. L'approche des mondes sociaux est particulièrement attentive à la situationnalité et à la contingence, à l'histoire et à la fluidité, à l'engagement et au changement.

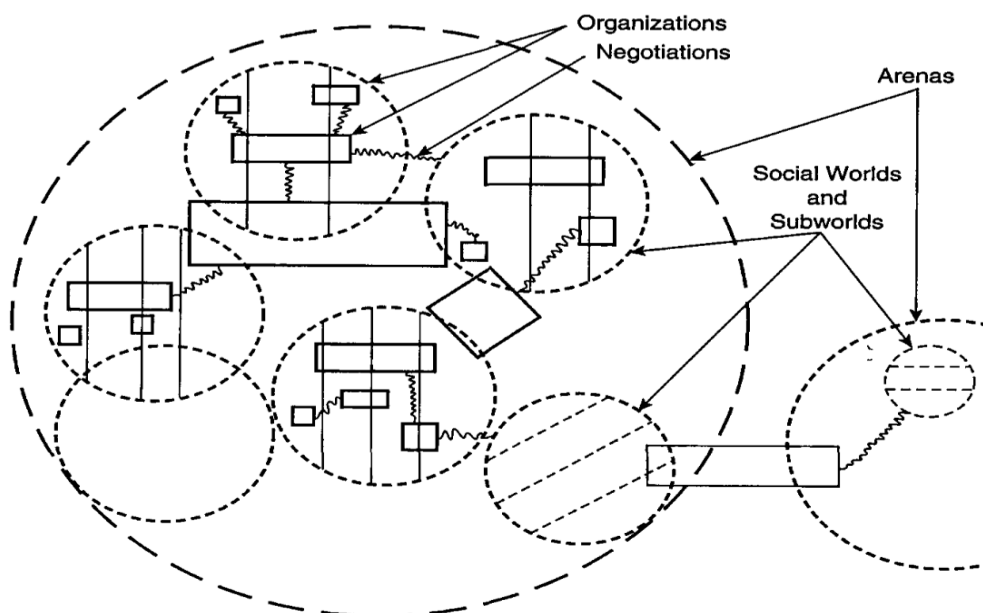


Figure 4 : Carte des mondes sociaux/arènes (Clarke 1991).

Un problème dans l'usage de cette notion est représenté du fait qu'il est une réalité du langage, « un univers de discours », une manière de parler et de penser, propre d'un petit group interactif et, en même temps, est un ensemble de « faits palpables », d'endroits, d'objets de technologie. Pour cette raison, il est très difficile de lier empiriquement ces ordres de phénomènes qui habituellement ne sont pas étudiés avec les mêmes méthodes. On risque de réduire un des termes de la relation dans un épiphénomène dérivant de l'autre terme.

Pour tenter d'expliquer les éléments d'un monde social, Strauss sépare, arbitrairement son autonomie faite de divinités, de technologies et d'organisations souvent informelles, de sa physiologie, c'est-à-dire ses processus, qu'il définit avec quatre verbes : situer, diffuser, interconnecter et segmenter.

La théorie des mondes sociaux — donc — et le concept de « objets de limite » (Gieryn 2001 : 412-415), en particulier, ont été utilisés largement, dès 1980 (Clarke 2007 : 127), par les chercheurs des plus variées disciplines, qui ont contribué au développement des STS surtout avec des recherches sur l'observation des pratiques du travail scientifique, qui comprennent les « objets »

de limite », les segments et les implications acteurs/actants, la coopération sans consensus, les nouvelles tendances (bandwagons) et la factibilité (doability) (Clarke 2007 : 113).

2.3.3 Science, technique et société (connaissance)

Les cadres présentés dans la section précédente représentent les principales approches élaborées dans le domaine des sciences sociales et, en particulier, en sociologie, pour rendre compte des changements profonds qui caractérisent la production scientifique et technologique par rapport à la société. On a décrit brièvement également les approches secondaires qui, même si elles ont un impact moindre, ont influencé la recherche dans ce domaine. On assiste, donc à une interaction de plus en plus grande entre science, technique et société. Pour expliquer cette interaction, il faut comprendre de quelle façon les rapports entre science, technique et société ont changé dans le contexte d'une société qui devrait faire de la connaissance son pivot principal.

En effet :

- la société, par ses complexes mécanismes sociaux, influence de plus en plus les processus de production scientifique et technologique ;
- par contre, la science et la technologie sont devenues un aspect de la réalité de plus en plus important et envahissant, désormais en degré d'influencer, de manière déterminante, les « destins sociaux » d'un Pays, d'une communauté locale, d'un groupe social ou d'une collectivité de n'importe quel type.

Les Science and Technology Studies (STS) représentent, donc, des disciplines jeunes. Cependant, surtout dans les dernières deux ou trois décennies, différentes approches se sont développées et formalisées en leur sein à partir desquelles des réflexions importantes ont été produites.

Le principal résultat, acquis justement dans les derniers dix ans, est que maintenant la recherche sociale ne se limite pas à étudier ce qui se passe « en aval », c'est-à-dire les impacts de la science et de la technologie sur la société,

mais pose l'attention sur ce qui se passe « en amont », c'est-à-dire les facteurs sociaux qui activent ou favorisent la science et la technologie, surtout à ce qui se passe « dans la boîte noire », c'est-à-dire où s'origine et se développe le processus de recherche scientifique et technologique.

Il ne faut pas considérer ces approches en contraste entre eux. Au contraire, chacun d'eux consent de faire remarquer des aspects spécifiques de la science et de la technologie qu'il, avec d'autres approches, serait peut-être difficile d'analyser. Pour cette raison ils peuvent être utilisés alternativement et, souvent, aussi conjointement, selon les objectifs de recherche poursuivis et, surtout, des objets qu'on pense d'approfondir.

Il semble très nécessaire, pourtant, parler d'une sociologie de la science et de la technique qui dialogue et, souvent, se fonde avec d'autres secteurs disciplinaires comme, par exemple, la sociologie du travail, de l'organisation, des professions et de l'innovation. Ensuite, en conclusion de ce chapitre, on propose une représentation graphique qui rend compte d'une carte des contributions des approches différentes et hétérogènes des STS. En haut, dans la *Fig. 5*, sont représentés en forme heuristique les mouvements d'unidirectionnalité, de réciprocité et d'interaction que technologie et société peuvent avoir et assumer dans plusieurs approches des STS.

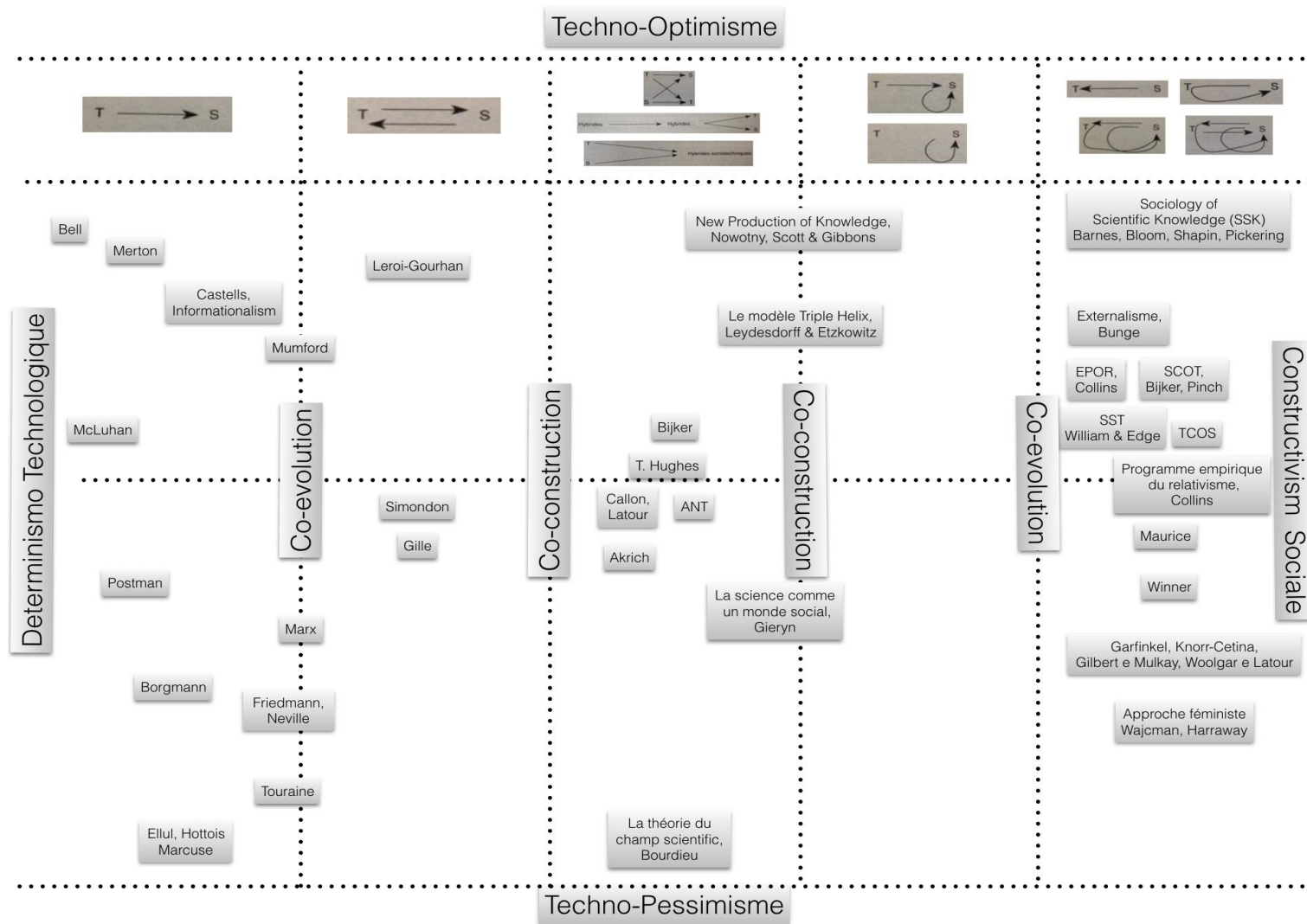


Figure 5 : Carte des contributions aux approches des STS

3. Entre théorie et méthode

3.1 Mondes sociaux et Grounded Theory Method

Strauss termine son premier article sur les mondes sociaux (Strauss, 1978) en reconnaissant que sa proposition est, tout au plus, un programme de recherche et qu'il n'a pas « une nouvelle approche » pour « mettre en œuvre ces lignes directrices » (Dubar, Tripier & Boussard 2015:116).

Il prône une « théorie ancrée dans les faits », « *Grounded Theory Method* » (GTM) des mondes sociaux qui ne peut être qu'inductive et suppose une accumulation cohérente de données hétérogènes permettant une théorisation progressive et convaincante (Demazière & Dubar 1997:48-66).

À la fin de sa carrière, Strauss a travaillé assidûment à la définition et l'articulation de l'analyse, y compris des conditions structurelles spécifiques qui émergent dans le cours de l'analyse aux formes d'action qui traditionnellement représentent l'âme de la GTM. Dans cet objectif, Strauss (Strauss & Corbin, 1990:163) a créé ce qu'il appelle la « matrice des conditions » (*conditional matrix*) afin de mieux appréhender les conditions spécifiques au cours desquelles se déroule l'action.

Clarke (2003 ; 2005) a développé une réflexion développée et approfondie à partir de cette matrice. Pour obtenir un résultat semblable mais relativement innovant par rapport à Strauss et Corbin, Clarke a fait sienne l'approche des mondes sociaux de Strauss et l'a utilisée comme une infrastructure théorique pour une nouvelle extension et un renouvellement de la GTM. En reprenant le travail de C. Wright Mills (Moulin 1940), certains concepts venant du débat sur la théorie de l'action située, ainsi que les concepts analytiques du discours de Foucault et de la recherche de culture visuelle, Donna Haraway (Haraway 1991), a créé une approche qu'elle a appelé « analyse situationnelle ».

La *Grounded Theory Method* (Strauss et Corbin 2003 ; Glaser et Strauss, 2010 ; Charmaz 2014), qui sera définie « méthode par théorisation ancrée » ou « analyse par théorisation ancrée » (Lejeune 2014c : 15-16) est une approche qui ne part pas d'hypothèses de recherche définies à l'avance (méthode hypothético-déductive) (Strauss et Corbin 2003 ; Glaser et Strauss, 2010 ; Tarozzi 2008) qui s'inscrit dans la tradition ethnographique de l'École de Chicago et de l'interactionnisme symbolique (Hughes, 1996 ; Becker, 1985 ; 1986 ; 2004 ; Strauss et Corbin 2003 ; Glaser et Strauss, 2010). Elle part d'un intérêt pour un objet de recherche (un phénomène social en particulier) à partir duquel le chercheur, dans cette perspective, développe

un cadre théorique et conceptuel au moment même où il effectue des recherches sur le terrain et la construction du matériel empirique de recherche.

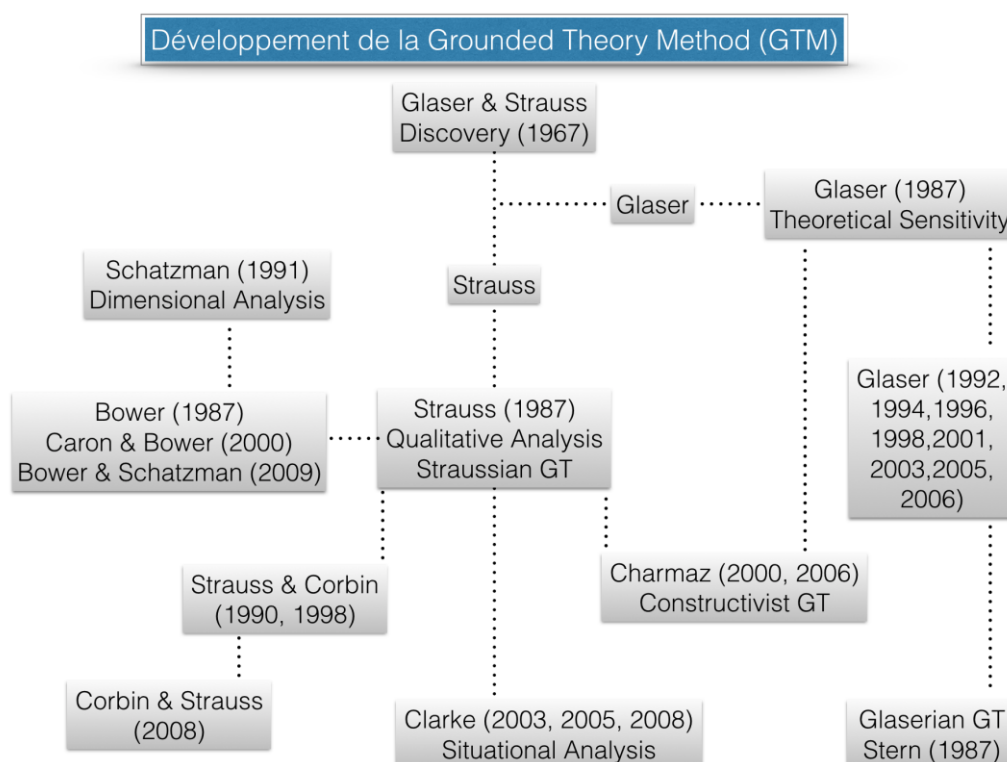


Figure 6 : Développement de la Grounded Theory Method.

3.1.1 Les versions classiques de la Grounded Theory Method

Le GTM est un ensemble de lignes directrices flexibles et systématiques pour recueillir et analyser des informations et pour construire des théories fondées/ancrées (*grounded*) à partir d'une base empirique de recherche.

Glaser et Strauss (Glaser & Strauss, 2009 : 1) la décrivent comme un moyen de découvrir la théorie à partir des informations recueillies et analysées de manière systématique :

Par conséquent, la grounded theory est une stratégie pour gérer les données de la recherche, fournissant des modalités de conceptualisation pour décrire et expliquer. La théorie devrait fournir des catégories et des hypothèses assez claires de telle manière que celles qui sont les plus importantes puissent être vérifiées dans les recherches actuelles et futures ; elles doivent être suffisamment claires pour être en mesure d'être opérationnelles dans les études quantitatives, lorsqu'elles sont mobilisées. La théorie doit également être facilement compréhensible par les sociologues de toute approche, des étudiants et explicite pour les non initiés. Une théorie qui répond à ces exigences doit s'adapter (fit) à la situation, à l'objet d'enquête et fonctionner (work) quand elle est mise en pratique (Glaser et Strauss 2009 : 3).

Pour « découvrir » des théories du genre, les auteurs offrent un certain nombre d'indications méthodologiques fondées particulièrement sur quatre idées principales :

- une vision de la recherche comme circulaire, pour laquelle les phases de la collecte et d'analyse des informations sont présentes tout le long de l'ensemble du processus ;
- l'utilisation constante de la comparaison à tous les niveaux : entre des cas, des catégories et des secteurs émergents à des fins d'enquête ;
- un échantillonnage théorique, c'est-à-dire la sélection des cas à partir des informations recueillies via le recueil qui dessine peu à peu la théorie ;
- la distinction entre théorie substantive (liée à un domaine spécifique de l'enquête) et une théorie formelle (de portée plus générale).

Divers auteurs rapportent, toutefois, que, dans une tentative de proposer une alternative structurée et procédurale au modèle logico-déductif, Glaser et Strauss sont restés attachés à quelques éléments d'une vision positiviste : en particulier l'idée que la théorie réside dans les données elles-mêmes, à la fois objective et en même temps, tout étant découverte.

Il est, cependant, possible de retrouver dans le travail des deux américains, des échos de leurs propres parcours formatifs : Glaser, étudiant de Paul Lazarsfeld, a étudié à l'Université de Columbia, tandis que Strauss a été formé à Chicago, intégrant les approches pragmatistes et écologiques, de Herbert Blumer et Robert Park.

Pour cette raison, suite à une longue collaboration et en particulier, à la publication de l'ouvrage de référence de Strauss et Corbin (Strauss et Corbin 1990), ils ont tous deux suivi des routes différentes.

Dans *Basics of Qualitative Research* (Strauss et Corbin 1990), Strauss et Corbin adoptent une perspective concept-procédurale (Starti 2009), développant et précisant en détail les procédures d'analyse sur trois types d'encodage « ouvert, axial et sélectif ». Généralement, ils prévoient la formulation d'une question initiale à la suite d'une revue de la littérature, il proposent ainsi des procédures plus rigides et attribuent moins d'importance à la tâche de comparaison. Le processus se développe ainsi à partir d'une *core category*, que les auteurs suggèrent d'explicitier sous forme narrative, à travers une histoire. C'est à ce stade qu'ils suggèrent l'utilisation de « modèles graphiques, de représentations par le biais de schémas iconiques qui aide à apporter une compréhension immédiate » (Bruscaglioni 2013 : 95).

3.1.2 L'analyse situationnelle

Les diagrammes, néanmoins, ont certainement un rôle décisif dans la GTM de Clarke (Clarke 2003), qui, non par hasard, se propose d'adapter cette approche aux nouvelles exigences cognitives, dictées par le tournant postmoderne. Clarke, étudiante de Strauss, estime ainsi que la nouvelle méthode devrait être :

épistémologiquement et ontologiquement ancrée dans le pragmatisme qui a historiquement alimenté l'interactionnisme symbolique et la GTM. Par le biais du tournant postmoderne, de nouveaux problèmes méthodologiques ont été développés. Il s'agit d'une reconnaissance permanente de la nature politique du processus de recherche et de son interprétation ; une réflexivité accrue par le chercheur — croissante de la part des sujets étudiés — pour le processus de recherche et ses produits ; une profonde réflexion sur un problème lié à la « crise de la représentation » la prise de conscience du problème de la légitimité et d' « autorité de la recherche et du chercheur et le repositionnement de ce dernier d'un « analyste qui sait tout » à un participant informé » dans la fabrication d'une connaissance toujours partielle (Clarke 2005 : 555).

Pour répondre à ces besoins, l'auteure propose une analyse situationnelle qui s'appuie sur les racines interactionnistes et pragmatiques de la GTM et adopte une épistémologie constructiviste. Pour ce faire, la méthode de Clarke utilise trois outils :

- *Les cartes situationnelles* : elles représentent les principaux éléments humains, non-humains et discursifs présents dans la situation et favorisent l'analyse de leurs relations réciproques.
- *Les cartes des mondes sociaux/arenas* : elles représentent les acteurs collectifs, les principaux éléments non-humains en jeu, et les arenas dans lesquelles ceux-ci développent leurs négociations.
- *Les cartes de positionnement* : qui expriment les principales positions prises et non prises, les controverses et les contradictions.

Ces cartes sont conçues comme des exercices analytiques, des nouvelles façons de se déplacer entre les matériaux de recherche des sciences sociales particulièrement adaptés aux études contemporaines. Le but principal de ces outils visuels est de vaincre la « paralysie analytique » qui advient souvent au chercheur après avoir recueilli beaucoup de données grâce au fait que « *le chercheur ne devient pas seulement un analyste et un compositeur, mais aussi un cartographe* » (Clarke 2005 : 571).

Les cartes proposées par Clarke, ainsi que son approche centrée sur l'analyse des différentes situations sont prises en grande considération dans le présent travail pour l'originalité et l'utilité heuristique et conceptuelle.

3.1.3 L'approche constructiviste de la Grounded Theory

L'autre développement important de la GTM est représenté par la version constructiviste et interprétative de Kathy Charmaz (Charmaz 2006), dont Clarke a adopté les présupposés épistémologiques. Le principal travail de Charmaz, une étudiante de Glaser et Strauss, est un manuel de méthodologie (Charmaz, 2006), où l'auteure prend en compte les développements théoriques qui ont marqué la sociologie au cours des quarante dernières années dans le but de simplifier la méthode fondée sur l'héritage positiviste et d'en proposer une version plus flexible et convaincante. Contrairement à *The Discovery of Grounded Theory* (Glaser & Strauss, 1967), l'auteur affirme que « ni la théorie ni les données ne peuvent être découvertes », que nous construisons nos théories *grounded* à travers l'implication et l'interaction passée et présente avec des personnes, des perspectives et des pratiques de recherche ; par conséquent, il n'y a pas de portraits ou d'images parfaites de la réalité.⁴¹

Dans son travail, Charmaz commence par les origines philosophiques du pragmatisme américain de la GTM et interactionniste de l'école de Chicago, en mettant l'accent sur l'importance du significat, du langage, et de l'action.

Du Pragmatisme se développe l'interactionnisme symbolique, une perspective théorique qui suppose que la société, la réalité et le self sont créés à travers l'interaction et se basent donc sur la langue et la communication. Cette vision considère que l'interaction est dynamique et interprétative, et la question est de savoir comment les personnes créent, utilisent et modifient significations et actions (Charmaz 2006 : 7).

Par conséquent, elle décrit comme constructiviste :

un point de vue des sciences sociales qui se demande comment la réalité est créée [.] La recherche constructiviste part de l'expérience et se demande comment les participants la construisent. Au meilleur de leur possibilité, les constructivistes entrent dans le phénomène, en obtiennent de nombreuses visions et les réunissent dans un réseau de connexion et de liens. Les constructivistes reconnaissent que leur interprétation du phénomène étudié est elle-même une construction (Charmaz 2000).

Son approche s'inscrit donc dans le sillage de l'épistémologie phénoménologique et pragmatique, et tisse une vision de la recherche sociale dérivée de cette dernière. Elle suppose donc :

que les réalités sont émergentes et multiples, imprécises ; des faits et des valeurs comme connectés ; la vérité comme provisoire ; la vie sociale comme procédure (Charmaz 2006 ; 126).

Dans le travail de Charmaz réapparaît explicitement la référence au père de la phénoménologie

⁴¹ Il faut prendre en compte les relations personnelles et de recherche très étroits entre Clarke, Star, Fujimura, et Charmaz. En 2014, il a été donné pour édition, une collection , en quatre volumes, des approches de la GTM et de l'analyse situationnée edité, ce qui n'est guère surprenant par Clarke (faute sur la version italienne,???) et de Charmaz (Clarke et Charmaz 2014).

Alfred Schütz (Schütz 1974 ; 1979) ; mais, par-dessus tout, transparait la vision que ses étudiants Thomas Berger et Peter Luckmann (Berger & Luckmann 1969) formalisent en sociologie, à savoir que la réalité et la connaissance sont des constructions sociales.

La théorie de l'interprétation s'approprie les bases des travaux du constructivisme social qui donne une empreinte à l'interactionnisme symbolique, l'ethnométhodologie, les cultural studies et le discours phénoménologique et l'analyse narrative [.] Si nous nous tournons vers une théorie de la culture, Alasuutari (Alasuutari 1996) distingue comment les personnes communes donnent un sens à leurs mondes et ce que signifie le concept de théorie. En adoptant une vision d'une théorie sophistiquée compatible avec Schütz (Schütz 1979), Alasuutari fait valoir que les théoriciens examinent les règles d'interprétation des profanes pour aller au-delà de leur conception (Charmaz 2006 : 128-129).

Le but du prochain chapitre de l'analyse du présent travail est, par conséquent, de décrire le processus de recherche non standard selon l'approche constructiviste de la GTM et de l'Analyse situationnelle, en mettant en évidence certaines des fonctionnalités de la cartographie des connaissances.

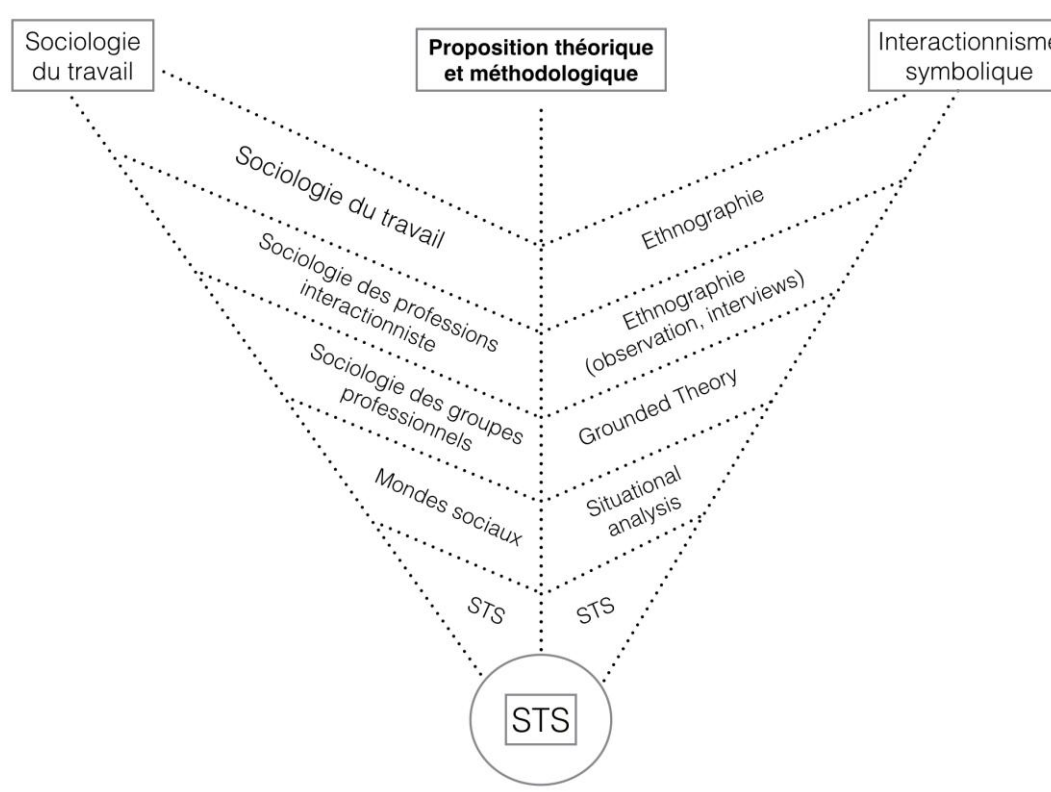


Figure 7 : Proposition théorique et méthodologique.

3.2 De la technologie en soi à la technologie en usage : la nature pervasive/omniprésente de l'infrastructure technologique

Dans cette perspective, le concept de la technique désigne une forme de connaissance et est dérivé du mot grec *techné*, qui identifie le “savoir-faire”, et donc les connaissances pratiques. Ces dernières sont constituées d’un ensemble de facultés intellectuelles et d’automatismes incorporés dans le physique des personnes et dans la matérialité des objets ou des artefacts technologiques qui se traduisent dans des mouvements orientés systématiquement vers l’obtention d’un résultat pratique. De telles connaissances sont surtout apprises par l’exemple et l’expérience, et servent à produire des biens matériels, en général, pour modifier la nature (Parini & Pellegrino, 2009: 2). On met en évidence un intérêt non pour la « technologie en soi » mais pour la « technologie en usage » (Gherardi 2007: 76), dans son devenir situé. En ce sens, il est important de faire ressortir ce qui est caché dans la nature relationnelle de l’ « infrastructure technologique » (Gherardi 2007: 78). Dans des recherches sur les « centres de coordination » (Suchman 1997; Heath et Luff 1992; 2000; Joseph 1994; Grosjean, 2004), on met en évidence qu’il y a un « arrière-plan technologique » qui permet à l’humain et au non-humain de se coordonner de manière à réussir à faire fonctionner (ensemble) des structures très complexes, telles que les tours de contrôle d’aéroports ou des centres de coordination des stations de métro. Susan Leigh Star (Star 1999) affirme que les pratiques de travail quotidien (dans le cas de Star, il s’agit d’un groupe de biologistes) sont basées sur une infrastructure technologique qui, la plupart du temps, est considérée comme acquise. Une première étape de cette analyse sera de faire émerger l’infrastructure technologique de *Social Media Team* de Dell⁴².

⁴² À cet égard, nous avons développé une carte conceptuelle à laquelle nous renvoyons (*Fig. 51*).

3.3 Le paradigme de l'action située : comment étudier les pratiques de travail dans les environnements technologiquement denses

Le contexte de la recherche est celui du travail et des organisations. L'approche de ces chercheurs, donc, est particulièrement intéressante qui, au lieu de prendre en référence des communautés locales, se tournent vers des communautés professionnelles. Naît ainsi le champ de recherche intitulé « la sociologie des professions », qui, en particulier, s'articule autour de l'analyse des cultures organisationnelles (Brown, 2003). Ce sera Becker (Becker, 1987) le premier à parler de « culture professionnelle » en étudiant la carrière des musiciens de Jazz dans Chicago des années 50. Les groupes professionnels, de fait, ne sont pas un résultat simple d'une division du travail, mais l'effet de plus larges processus sociaux. Le travail, dans cette conception, n'est pas seulement une source de revenus, mais donne également aux particuliers certains « rôles » qui ont signification sociale précise, avant même la production (Hughes, 1958). La différence avec les groupes professionnels étudiés par Hughes et Becker, et, qu'aujourd'hui, nous nous trouvons de plus en plus face à une culture professionnelle construite dans des environnements de travail « technologiquement denses » (Bruni, 2005 ; Bruni & Gherardi, 2007). La technologie est devenue si pervasive/omniprésente qu'elle est indispensable pour quiconque s'intéresse à l'étude des changements dans le travail et pour comprendre et reconstruire les processus d'interaction entre homme et machine. . Il peut être utile par conséquent de faire référence au *paradigme de l'action située* et aux *Workplace studies* qui indiquent comment étudier les pratiques de travail situées dans des environnements technologiquement denses, comme, dans notre cas, la *Social Media Team* de Dell, qui a été l'objet de notre étude. Le paradigme de l'action située se réfère à certaines traditions théoriques telles que la phénoménologie, l'ethnométhodologie, l'interactionnisme symbolique, la psychologie cognitive et l'apprentissage situé (Bruni & Gherardi, 2007 : 23). Ces études ont contribué à la création d'un nouveau champ disciplinaire, qui peut être défini dans le cadre du concept plus global des « Practise-based Studies » : « les études basées sur des «pratiques de travail » ou « études du travail pratique » (Bruni & Gherardi, 2007 : 23).

Annexe : Les courants de l'action située.

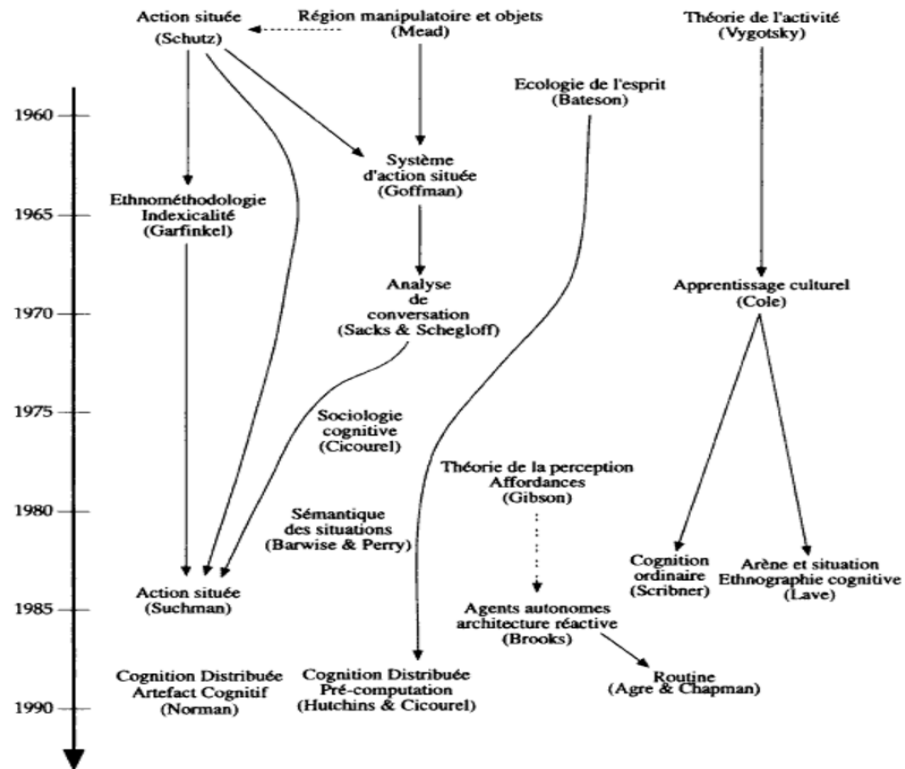


Figure 8 : les courants de l'action située (Conein & Jacopin 1994: 500).

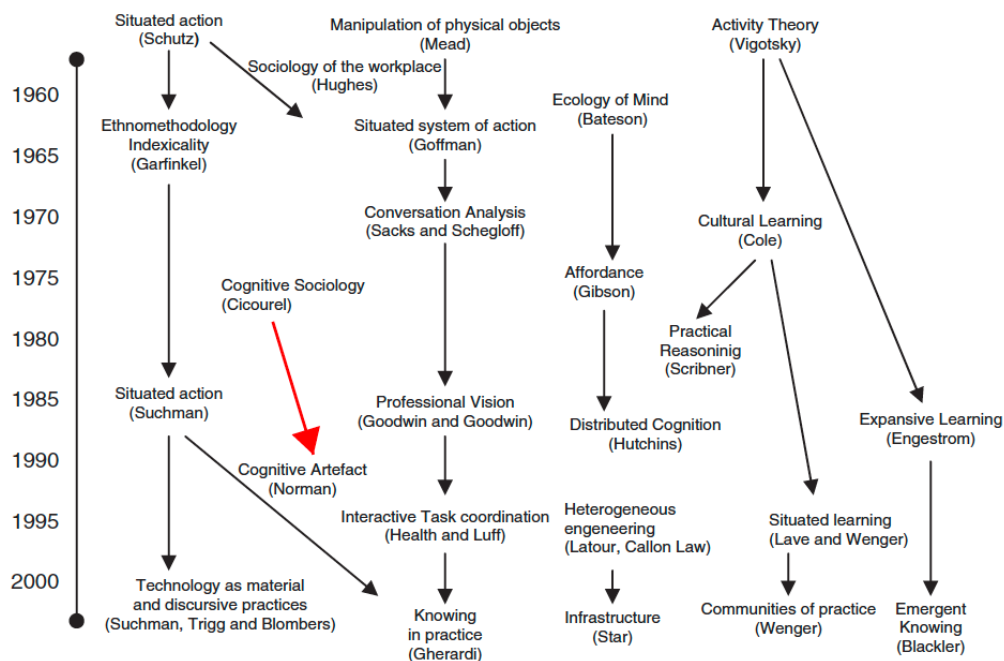


Figure 9 : Les courants des practice-based studies (Gherardi 2008: 522).

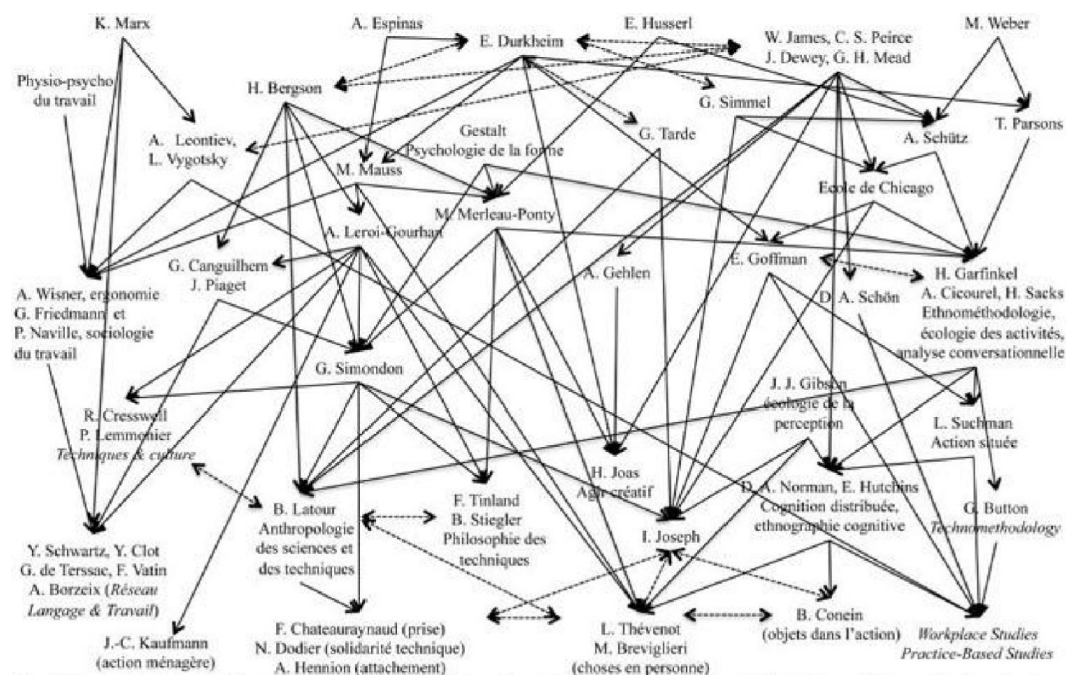


Figure 10 : Les courants du « rapport opératoire au monde » (Bidet 2011 : 377).

Sur la Fig. 8 et 9, il est reporté quelques reconstructions des différents courants et de leur influence à propos des approches de l'action située (Conein & Jacopin 1994: 500) et des *practice-based studies* (Gherardi 2008 : 522). Sur la Fig. 10, enfin, on cherche de donner une

représentation graphique de tous les échanges et interrelations qui semblent éloignés entre elles (Bidet 2011 : 377), mais qui sont liées dans le fait de vouloir « restituer une dimension pragmatique aux activités des travailleurs » (Dodier 1993 : 189-190). Bidet pose le travail « du vrai travail » (Bidet 2011 : 28), qui n'a pas été pris en considération correctement par la sociologie du travail classique. Ce dernier a négligé ce que Bidet définit « *le rapport opératoire au monde* » pour donner la priorité aux relations sociales – la force de la social — évangélisation – entre les individus et le collectif. Le « geste » est resté dans l'ordre de l'impensable excluant quelques exceptions comme les experts d'ergonomie et les anthropologues de la technique⁴³. Il faut – donc- réintroduire une lecture du travail comme non seulement limitée seulement au « social », mais qui remette sur la scène analytique le travail comme « acte technique », « opératif » (Bidet 2011 : 19) et privilégie « *une approche du travail en personne* » (Bidet 2011 : 28).

À ce stade, nous devons faire une introduction, qui, par le biais de la reconstruction des besoins du chercheur, apparaît fortement nécessaire. Dans ce paragraphe, nous allons introduire la question qui sera développée dans le reste du chapitre IV.

L'objet de cette recherche est l'observation et l'analyse des pratiques professionnelles des travailleurs de la Social Media Team de Dell, qui a pour caractéristiques, une autonomie, des compétences, un statut, un processus de professionnalisation et qui contient tous les éléments représentant l'identité d'un groupe professionnel, telle que conçue dans la tradition de la sociologie des groupes professionnels (Dubar, Tripier & Boussard : 2015 ; Demaziere). Mais la pratique professionnelle de ces professionnels, que nous appellerons Social Media Analyst, Content and Community Manager (dorénavant SMACCM) et qui font l'objet de l'observation et de l'analyse ultérieure, ne se développe que dans le cadre de certaines interactions entre homme et machine : dans ce cas, avec l'écran du moniteur et, plus précisément, avec « les interfaces culturelles » des plateformes de médias sociaux choisies et d'autres artefacts technologiques que les professionnels en question utilisent dans leur pratique professionnelle quotidienne (par exemple, Radian6). L'observation, par conséquent, ne peut pas être une observation des micro-interactions qui prennent place dans un environnement non seulement médiée de la technologie, mais où les acteurs immergés dans cette infrastructure technologique sont « des actants » : c'est-à-dire dans la conception de la Law et Latour, des acteurs « hybrides » humains et non-humains. Ici, le SMACCM de Dell, dans une communication en temps réel avec les clients, se « mélange » avec l'interface culturelle des médias sociaux et gère des centaines, des milliers de contacts et,

⁴³ Comme, par exemple, Gilbert Simondon ou André Leroi-Gourhan.

par conséquent, des interactions avec les clients en même temps en « multimodalité ». Dans « The Language of new media » (Manovich, 2001), Manovich développe une observation très importante : il affirme que les ordinateurs ont commencé à devenir un filtre pour la culture, et que, aujourd'hui, toutes les cultures passent à travers, ou peuvent passer à travers une interface homme-ordinateur (Manovich 2001 : 65 ; Gane 2008 : 54 ; Ferrari, 2014 : 140) L'interface culturelle structure « la façon dont les ordinateurs se présentent et nous permettent d'interagir avec des données culturelles » (Manovich 2001:70). L'interface culturelle peut-être, donc représentée comme une ambiance de travail numérique immergée dans un environnement de travail « technologiquement dense » (Bruni, Gherardi 2007 : 27).

On montre clairement la nécessité d'adopter une approche différente de la Sociologie du travail classique, la vision marxiste d'un côté et la vision fonctionnaliste de l'autre qui mettent l'accent respectivement, sur les conflits de travail sur les conflits du travail dans des environnements industriels d'un côté et sur les relations de travail et sur le concept de profession libérale de l'autre. Dans cette perspective, l'action de

travailler en étant dans un monde est liée à la réalisation d'un projet à travers des activités physiques (ce que nous ajoutons) qui sont situées dans le temps et l'espace. Définir le travail comme une activité située implique de concentrer l'analyse sociologique du travail sur les pratiques de travail comme mode d'action et des connaissances émergentes in situ de la dynamique des interactions (Bruni et Gherardi, 2007 : 23).

Pour Lucy Suchman (Gherardi 2007 : 65), les thèmes pertinents pour la compréhension du travail situé sont les suivants :

- 1) La technologie comme pratique matérielle ;
- 2) La lecture d'une scène ;
- 3) Le fait de (re) produire l'ordre de la norme ;
- 4) Les structures de la participation ;
- 5) La constitution de l'espace de travail ;
- 6) Le développement de la compétence ;
- 7) L'autorité de la connaissance.

Il nous semble que ces thèmes et/ou ces dimensions peuvent orienter l'analyse, à la fois dans la conceptualisation des catégories en son sein et, par la suite, pour les trois niveaux de codage (ouvert, axial et sélectif), décrits par la Grounded Theory Method.

3.4 L'analyse des matériaux empirique de recherche assistée par des CAQDAS

Le schéma récapitulatif ci-dessous (Voynnet-Fourboul 2012: 73) montre les principales approches dans l'analyse de données qualitatives grâce au débat qui s'est développé dans les Sciences Sociales et Humaines, en particulier dans la seconde moitié du siècle dernier dans l'environnement universitaire anglo-saxon, et, plus tard, importé sur le continent européen à travers le filtre culturel de l'académie française en présentant à la fois des interprétations et modifications divergentes ; parfois plus proche des versions originales essentiellement américaines.

Cette taxonomie, présentée dans la *Fig. 11* distingue deux courants : l'analyse du contenu et de la construction théorique. Notons que la signification attribuée à l'analyse de contenu est différente dans la recherche française et celle anglo-américaine. L'analyse de contenu dans la littérature française est un ensemble de méthodes différentes, mais il n'est pas comparable à la version anglaise du terme "content analysis". Selon les textes de référence dans ce domaine, en effet, la "content analysis" est l'équivalent français de l'analyse lexicologique. L'analyse lexicologique ou lexicométrique est une méthodologie pertinente pour identifier les structures parfois apparentes parfois sous-jacentes d'un texte. (Voynnet-Fourboul 2012: 73).

Dans le cadre de ce travail, on montrera comment un de ces logiciels a été utilisé pour la présente recherche sur le terrain et en ligne ou numérique (*Virtual Ethnography*, *Netnography*, *Digital Ethnography*), dans le cadre d'une approche proche de la GTM.

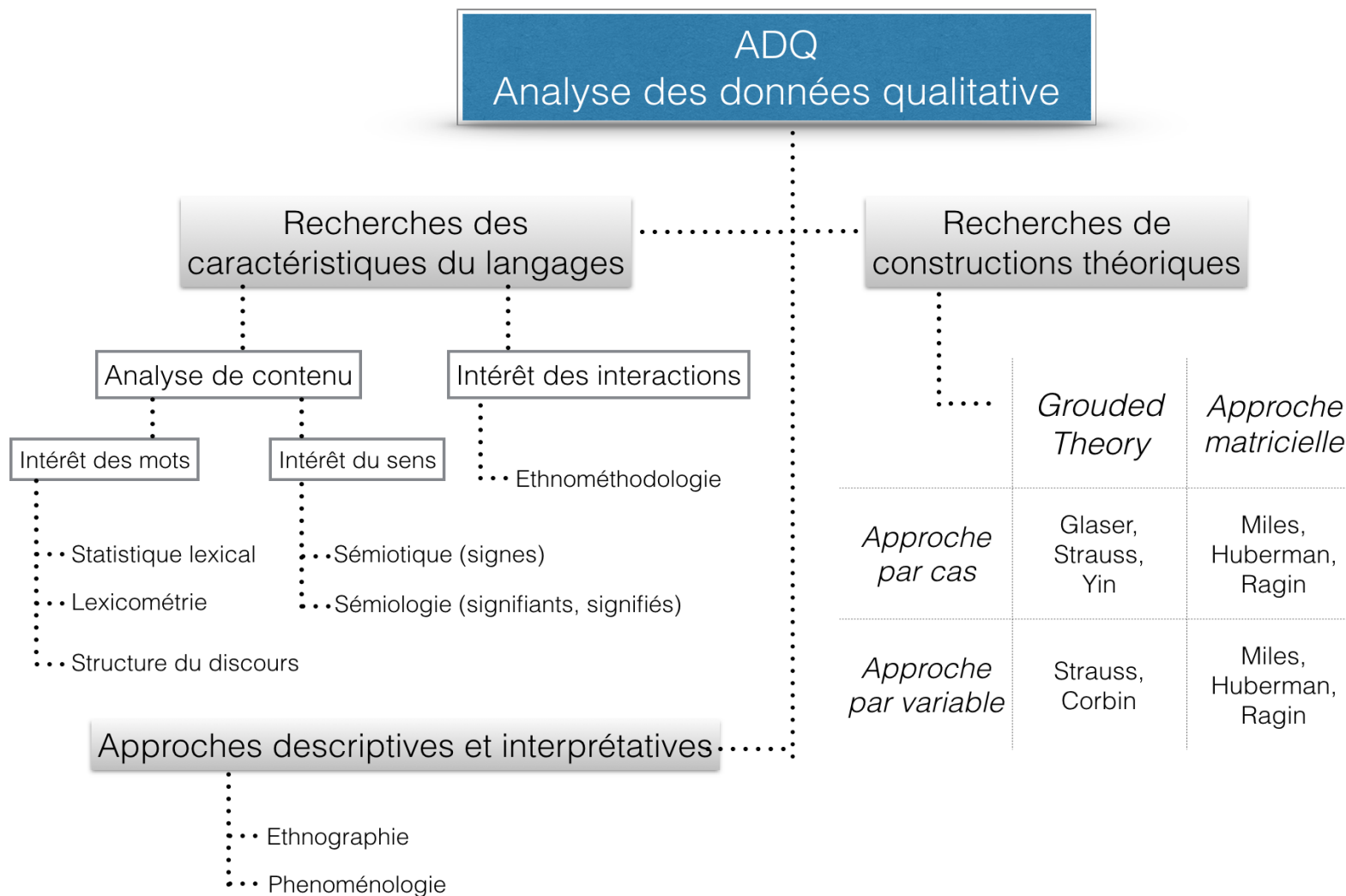


Figure 11 : Situer l'analyse de données qualitatives (Voynnet-Fourboul 2012 : 73).

4. Méthodologie

4.1 La conception de l'étude

4.1.1 La demande cognitive de recherche

L'objet d'étude de la présente recherche concerne les pratiques professionnelles émergentes des nouvelles professions dans les médias sociaux. « La demande cognitive » au début du parcours de recherche était : existe-t-il des mutations dans les pratiques professionnelles émergentes dues à l'utilisation des médias sociaux dans un contexte organisationnel, technologiquement dense, suffisant pour créer de nouvelles figures professionnelles avec des caractéristiques différentes et de par leur constitution ?

La conception de la recherche selon Piergiorgio Corbetta, est « *la définition d'un plan de travail sur le terrain qui stabilise les différentes phases de l'observation empirique* » (Corbetta 1999 : 83).

Dans le cadre d'une application au processus de recherche de la *GTM* (Strauss et Corbin 1998 ; Charmaz 2006), la collecte de données sur le terrain a lieu principalement par le biais d'entretiens non-standard et l'observation ethnographique (dans mon cas, une observation non participante et manifeste que j'ai conduite à *Dell*).

La particularité d'une observation participante dans le cadre de la *Grounded Theory* est qu'il est question d'emblée de chercher à observer les phénomènes et, par-dessus tous les éléments du processus défini dans problématique/question de recherche, plutôt que de s'attarder sur la description du contexte *et donc* toujours dans l'objectif de produire des conceptualisations des processus en cours d'examen (Tarozi 2008 : 76-77).

Dans le cas de la *GTM*, ensuite, l'observateur

sélectionne un point de vue pour le poser sur des épisodes et des scènes pertinentes, liés à la principale préoccupation des participants et au processus social de base pour la compréhension des catégories qui sont au cœur de la théorie émergente (Tarozi 2008 : 76-77).

En suivant, donc, le processus de recherche *GTM*, il est évident, à partir de la carte conceptuelle de la conception de la recherche (*Fig. 12*), que dans ce travail, on recueille les suggestions données par les principaux auteurs de la *GTM* en utilisant l'observation ethnographique pour aller sur le terrain, comme une

stratégie de recherche et non comme une approche ou une méthode, et ainsi, en commençant la transcription des entretiens et des produits de l'observation organisés par *Nvivo11*, je suggère l'utilisation de *CAQDAS* et, en particulier de *Nvivo11* dans le cadre d'une *GTM*. Ce n'est que seulement après cette phase de « systématisation » du *corpus* que la phase de début de « codage » et d'analyse peut débuter. Dans la *GTM* en outre, les moments de la recherche sur le terrain et d'analyse sont réalisés en même temps, parce que dans la *GTM*, la théorie est toujours fondée sur des données empiriques. Mais la nature de ces données est de nature qualitative et c'est de cette façon, qu'elle est conçue dans la perspective de la construction d'une théorie émergente, où il n'est pas important de s'attarder sur la description du contexte et sur les détails, parce que, dans ce cas, l'objectif est d'être en mesure d'extraire à partir du *corpus* des catégories interprétatives (les « concepts sensibilisants » de Blumer), pour intégrer ces catégories entre elles. Dans ce contexte, le *corpus* qui a été construit se devait d'être relativement vaste, considérant la part de l'observation des pratiques professionnelles et des entretiens, ainsi que l'observation des interactions sur les médias sociaux et des réunions.

4.1.2 L'objectif cognitif de la recherche

Au cours du processus de création de la conception de la recherche, par conséquent, nous avons conçu un objectif cognitif, fruit des premiers pas sur le terrain de l'enquête à travers des entretiens avec les témoins privilégiés et le début de l'exploration des sources documentaires et de la littérature à ce sujet. L'objectif cognitif, donc, a été, celui de saisir la mutation des professions dans une entreprise *high-tech* en raison de l'avènement des médias sociaux. Dans ce cas particulier, l'enjeu est l'émergence d'une nouvelle définition poupée-russe ou de dimension professionnelle sous laquelle inclure toutes les définitions des professions liées aux nouveaux artefacts technologiques et, en particulier, aux médias sociaux, qui ne peuvent être appliquées aux catégories professionnelles du

présent et du passé, et qui ne peuvent être inclus dans des profils professionnels nouveaux et rigides.

Le cadre théorique de référence, objet des deux premiers chapitres de ce travail, a été construit dans le même temps que la recherche sur le terrain dans la tradition de la *GTM* et reconstitue les processus et la dynamique de transformation du monde du travail et la naissance des professions médiées par les nouvelles technologies.

Plus précisément, nous avons analysé les pratiques professionnelles en relation avec les médias sociaux, et l'utilisation d'artefacts technologiques par les membres du groupe de travail sur médias sociaux de l'entreprise multinationale *Dell* au siège dédié aux pays de la Méditerranée à Montpellier en France.

À partir de cette condition préalable, le présent travail est inséré dans des études empiriques sur les nouvelles pratiques professionnelles en relation avec les médias sociaux.

Seule une approche *non-standard*, dans ce contexte, peut donner de la qualité à l'observation et l'analyse de certains aspects de la vie professionnelle et l'existence de ces travailleurs.

La recherche a été articulée en deux étapes principales qui sont traitées en parallèle comprenant :

- La recherche de fond ;
- La recherche sur le terrain.

4.2 La recherche de fond ;

La recherche de fond a une valeur exploratoire pour la construction des données secondaires utiles pour la reconstruction d'un cadre théorique qui va décrire et contextualiser l'objet de la recherche. La recherche en arrière-plan, dans notre cas, est divisée selon les phases suivantes :

- Analyse de la littérature relative à l'objet de la recherche ;
- Analyse documentaire ;
- Analyse des statistiques disponibles (analyse écologique, Park) ;
- Observation des médias sociaux ;
- Entretiens de témoins privilégiés.

À l'issue de cette phase de recherche, ont été analysés :

- Compte-rendu historique sur l'objet de recherche ;
- Documents officiels (par exemple : *Dell*) ;
- Des articles de journaux papier et en ligne ;
- Vidéos *Dell* sur *YouTube*.

À partir du matériel recueilli et de son étude et de son interprétation, on construit un cadre théorique de référence, reconstitué dans les deux premiers chapitres et la carte conceptuelle relative signalée dans le premier chapitre.

4.3 La recherche sur le terrain : le choix des outils et des techniques de recueil

Parallèlement aux travaux de production de données secondaires, il a été décidé d'utiliser deux outils principaux de recherche de la *Grounded Theory Method* (Tarozzi 2008 : 76) :

- l'observation ethnographique
- l'entretien

Dans ce travail spécifique, pour construire la base empirique de la recherche, nous avons utilisé les techniques de recueil suivantes :

Focused ethnography:

- L'observation :

des enregistrements audio et/ou vidéos des pratiques professionnelles des *SMACCM* ;

des enregistrements audio et/ou vidéos des *réunions* de la *Social Media Team* ;

- a. des notes ethnographiques écrites sur le terrain au cours de l'observation, et des notes ou des rapports (Lejeune 2014c : 13) écrits plus tard lors des travaux de réarticulation des notes de terrain :

- notes d'observation sur le terrain ;
- notes théoriques ;
- notes méthodologiques ;
- notes personnelles ;

- Entretiens avec des techniques non-standard :

- Entretiens herméneutiques (Diana, Montesperelli, 2005) :

- des enregistrements audio et/ou vidéo des entretiens ;
- entretiens non structurés comme une trace de l'entretien ;
- des entretiens qui suivent les trajectoires biographiques ;

- L'ethnographie numérique :

l'enregistrement des profils Facebook et Twitter des *SMACCM* ;

l'enregistrement des profils sur Viadeo et LinkedIn des *SMACCM* ;

- notes d'observation sur le terrain en ligne.

On illustre, ci-dessous, les détails des techniques de recherche adoptées et contextualisées avec le présent travail.

4.3.1 Focused ethnography

L'expression *focused ethnography* (Knoblauch 2005; De Lillo 2010: 47) a été inventée par le sociologue allemand Hubert Knoblauch pour désigner un type spécifique de l'ethnographie sociologique adoptée, de façon particulière, dans la recherche empirique. Il est question d'un type particulier d'immersion dans la réalité digne d'intérêt ayant une durée relativement courte dans le temps et concentrée sur un aspect spécifique, inévitablement circonscrit, du phénomène — objet de l'étude (De Lillo 2010 : 47).

Dans certaines circonstances particulières, il n'est pas toujours possible de faire une ethnographie « classique », surtout pour l'époque, mais aussi de par les conditions d'accès au terrain pour l'enquête et à cause d'autres facteurs exogènes. Ceci est le cas de la présente recherche. Pour un chercheur, entrer dans la succursale dédiée au sud de l'Europe et aux pays de la Méditerranée d'une grande société multinationale du *high-tech* américaine n'est pas une chose qui arrive tous les jours : cela correspond plus ou moins à un accès à une zone militaire *off-limits* pour les civils. Dans ce cas, généralement, ce sont des visites courtes et guidées, de quelques heures, certainement non suffisantes pour observer le monde social et ce qu'on veut explorer. Lorsque, cependant, dans notre cas, nous avons eu la chance d'y accéder pour quelques semaines, à plusieurs reprises et, sur plusieurs années, d'observer les pratiques des professionnels, de s'entretenir avec eux, de manger avec eux, de vivre leurs environnements de travail, de vivre avec eux pendant quelques jours à la fois ; dans ce cas, on doit être en mesure de produire le plus grand nombre d'informations et de matériaux empiriques possibles.

La *focused ethnography*, donc, implique une visite relativement rapide sur le terrain, sa courte durée, devrait être compensée par l'utilisation intensive des technologies audiovisuelles pour la production d'un corpus. La *focused ethnography* ne concerne pas des groupes, des organisations ou des

environnements, mais des *settings*, des situations et activités (ou *performance*) importantes pour les acteurs eux-mêmes. On se focalise sur le particulier : par exemple, les détails de la *performance* située comme celles des interactions quotidiennes. La *focused ethnography* analyse les structures et les modes d'interaction, tels que ceux impliqués dans la coordination des activités de travail, dans les discussions en famille ou dans les *réunions* de travail. Son objectif est d'acquérir sur une courte période d'observation sur le terrain un *background* de connaissances pour analyser les interactions sociales et le détail des situations individuelles (Gobo 2008 : 321).

L'ethnographie conventionnelle	Focused ethnography
L'observation sur le terrain de longue durée	L'observation sur le terrain de durée brève
Empiriquement intense	L'intensité dans la production/construction des matériaux empiriques et d'analyse
Extension temporelle	Intensité temporelle
Écriture	Utilisation intensive de dispositifs audiovisuels pour l'enregistrement
Construction de données individuelles et analyse	Data session pour des groupes
Ouverte/explorative	Focalisée
Intérêt pour les objets/sujets sociaux	Intérêt pour les activités de communication
Observation participante	Observation non participante
La connaissance du terrain d'enquête dérivée à partir de l'observation participante	Aller sur le terrain en ayant déjà des connaissances de base sur l'objet de la recherche
Compréhension subjective	Conservation
Notes ethnographiques	Notes ethnographiques et transcriptions
Encodage	Codage et analyse séquentielle

Tableau 1 : comparaison entre une ethnographie conventionnelle et une focused ethnography (Knoublauch 2005 : 4).

4.3.1.1 L'observation

L'observation ethnographique permet

d'enregistrer les comportements des participants dans leur environnement, communauté ou contexte social. Le but est d'essayer de capturer le point de

vue des *insiders* tout en restant observateurs extérieurs, en combinant les deux visions, émique et éthique (Tarozi 2008 : 76).

Grâce à l'observation ethnographique, nous avons exploré, par conséquent, toutes les pratiques dans le contexte organisationnel, où le professionnel exerce son travail, d'apprentissage et de participation à la culture et aux pratiques sociales partagées par un groupe, ainsi que d'appropriation des artefacts technologiques qui lui permettent de faire son travail.

Dans le cas précis, nous avons choisi l'observation ethnographique pour la recherche sur le terrain parce que l'objectif de la recherche cognitive avait comme enjeu la reconstruction :

- 1) des traits distinctifs d'une culture communautaire particulière (*Social Media Team* de Dell) ;
- 2) des réactions aux événements qui ont impliqué une communauté ou un groupe social (la création de la *Social Media Team* à Dell et l'adaptation correspondante des travailleurs à de nouvelles pratiques professionnelles) ;
- 3) des dynamiques relationnelles internes à un groupe limité de personnes ;
- 4) des groupes professionnels, en particulier, quand il existe des différences importantes entre le point de vue de l'extérieur et le point de vue interne :

Dans une première phase d'observation, nous sommes restés extérieurs à la réalité étudiée en essayant d'entrer progressivement dans le contexte de recherche en créant des relations de confiance avec les *gatekeeper*.

Dans l'observation participante, on vit comme impliqué dans l'observation qui est faite alors que l'observation porte en avant ce qui est vécu avec eux. L'observation, comme nous l'avons déjà écrit, fut manifeste et découverte pour les raisons indiquées ci-dessus.

4.3.1.2 L'utilisation d'enregistrements vidéo pour documenter les pratiques professionnelles des acteurs dans leur dimension temporelle, participative et multimodale.

Depuis le début des années 70 du XXe siècle et dans la tradition des enregistrements audio, inaugurés par Harvey Sacks dans les années 50 et 60, les enregistrements vidéo ont été considérés comme des « données qualitatives » (Heath, 1997), qui documentent les pratiques sociales et la multimodalité favorisant un accès aux détails des conversations et des conduites multimodales des participants observés. De tels détails, par exemple, n'étaient pas accessibles auparavant par de simples notes, ethnographiques : l'enregistrement vidéo a offert la possibilité de reproduire une scène autant de fois que souhaité. Le développement de la technologie, par ailleurs, a permis de visualiser quelques scènes en ralenti, ou favorisant l'arrêt sur image pour revenir en arrière, avec l'objectif de décrire un phénomène *a posteriori* et de traiter la multimodalité dans sa spécificité interactive.

J'ai pu étudier, encore et encore, et aussi, de connaissance, afin que d'autres puissent regarder ce que j'avais étudié et d'en faire ce qu'ils pouvaient, si, par exemple, ils voulaient être en mesure de ne pas être d'accord avec moi (Sacks 1984 : 26).

Cela permet également de partager le matériel empirique entre les chercheurs et la communauté scientifique. Cela permet enfin de débattre sur les matériaux et sur les données sur lesquelles ces analyses ont été réalisées.

Elles peuvent aussi, être présentées au public : en reproduisant l'interaction, promouvant de fait, une « garantie sur les considérations analytiques » (Patrimoine & Atkinson, 1984).

L'enregistrement vidéo, enfin, est une trace de la perception du chercheur comme un sociale, et située dans les situations enregistrées (Mondada 2006).

4.3.1.3 Les notes ethnographiques

Plus tard, nous avons organisé les notes ethnographiques construites à travers l'observation et nous les avons sous-divisées dans le journal de terrain (notes d'observation, notes méthodologiques, notes théoriques : re-conceptualisation ; Strauss, 1973) et dans le journal (notes personnelles). À partir de ce matériau, des

rapports d'auto-réflexion ont été traités, qui, avec les transcriptions des entretiens ont été l'objet de l'analyse de la documentation empirique, qui, après une action de *backtalk*, ont conduit à la création d'une grille d'observation pour l'organisation des notes sur les collections ethnographiques sur le terrain, grâce à NVivo11 puis organisés selon différentes typologies.

4.3.2 Les entretiens herméneutiques

Les entretiens ont été recueillis lors de trois moments différents :

- I. Juillet 2012 ;
- II. Mars 2013 ;
- III. Septembre/Octobre 2014.

Les entretiens ont été menés lors de trois périodes de temps différentes en fonction de la difficulté d'aller sur un terrain de recherche difficile à pénétrer comme celui d'une grande multinationale américaine *hi-tech*. Lors de la dernière intervention dans le terrain, nous avons interrogé de nouveaux sujets, nous avons fait une action dites de *backtalk*, en reprenant quelques-unes des conversations avec des opérateurs déjà interviewés. Nous avons réalisé treize entretiens (les attributs généraux des répondants sont présentés sur le Tableau 1). Les entretiens ont été audio-vidéo enregistrés suivant un guide d'entretien non structuré que nous présentons dans l'annexe. La conduite de l'entretien par l'enquêteur a été inspirée par l'approche herméneutique (Montesperelli, 1995 ; Diana, Montesperelli, 2005) qui conçoit l'entretien comme un processus communicatif où l'enquêteur est partie prenante : il est l'interlocuteur de la personne interrogée. Nous nous sommes inscrits également dans ce que Paolo Montesperelli appelle « l'art de l'écoute » (Montesperelli : 1987) où l'enquêteur est co-participant avec la personne interrogée d'un processus de communication, qui prend vie grâce aux interventions et aux sollicitations de l'enquêteur, qui n'est pas séparé du contexte, et qui ne peut s'en éloigner. Les dimensions de l'analyse ont été liées à la perception de la condition sociale des répondants, leur culture de travail et l'identité professionnelle, ainsi que les stratégies mises en place pour

l'organisation de la vie au travail et la vie privée. Les entretiens ont été analysés en faisant appel à la technique de la construction de l'identité socio-professionnelle (Demazière & Dubar, 2000), et ont été encadrés par d'autres techniques de recueil comme, par exemple, l'observation, l'analyse du discours ou l'analyse des interactions. Les techniques n'ont pas été orientées, à travers l'exploration de différentes valeurs aux définitions des styles de vie et les cultures du travail et ont été principalement utilisées pour soutenir la reconstruction du sens du changement vécu à l'intérieur et à l'extérieur du travail (Grady, 2001 ; Mattioli, 2007). On a ainsi reconstruit les significations du changement professionnel des répondants ; la distinction entre facteurs coercitifs et facteurs de choix dans la gestion des rapports extra-professionnels, ainsi que le poids du changement social dans la construction de projets de vie et l'identification de nouvelles cultures professionnelles.

L'analyse des matériaux audio-visuels recueillis, à la différence – de fait – de ce qui se passe avec d'autres techniques de recherche, n'est pas une tâche qui prend place dans un moment unique, mais est un processus continu. Les entretiens ont été analysés, en effet, systématiquement, immédiatement après leur déroulement, de cette manière, il est possible de localiser tous les autres thèmes à étudier et les autres questions à soumettre à d'autres sujets. Une fois terminés tous les entretiens sont passés en revue comme un seul groupe (corpus) : si des aspects incomplets émergent, le chercheur peut retourner sur le terrain pour réaliser d'autres entretiens (*backtalk*).

L'analyse, les entretiens et l'utilisation de différentes techniques de manière combinée, s'alternent par conséquent, à tour de rôle au cours de l'étude : avec l'avancement de l'analyse, le cadre théorique de fond s'est enrichi, et parfois est corrigé dans l'esprit de ce que soutient Alberto Marradi, quand il parle de « la méthode en tant qu'art » (Marradi, 2002).

Dans les *Tableaux 2* et *3*, on montre le schéma détaillé des entretiens et de l'observation des pratiques professionnelles de *SMACCM* à *Dell*.

Entretiens/Observations	SMACCM interviewés	Rôle	Nationalité	Langue de l'entretien	Vidéo	Audio	Durée en minutes	Osservazione Professionisti
Numero	13							5 (audio-video)
1	Giovanni	Responsabile Consumer	Italien	Italien	/	X	40	Durée en minutes
2	Benito	Responsable MKTG	Français	Anglais	X	X	51	/
3	Marco	SMACCM Enterprise Italia	Italien	Italien	X	X	28	17
3 b (backtalk)	Marco	SMACCM Enterprise Italia	Italien	Italien	X	X	55	/
4	Andrea	Community Manager	Italien	Italien	X	X	50	30
5	Antonio	SMACCM Consumer Spagna/America Latina	Espagnol	Anglais	X	X	30	18
6	Eric	SMACCM Entreprise France	Français	Anglais	X	X	30	18
7	Stéphanie	MKTG Consumer	Français	Anglais	X	X	24	/
8	Jean Marc	SMACCM Entreprise	Français	Anglais	X	X	45	15
9	David	SMACCM Entreprise	Espagnol	Français	X	X	54	/
10	Adem	SMACCM Entreprise & Consumer	Turc	Anglais	X	X	47	/
11	Valérie	Content Analyst	Français	Français	X	X	56	/
12	Vanessa	Stagiaire	Français	Français	X	X	144	/
13	Tanguy	Stagiaire	Français	Français	X	X	62	/

Tableau 2: Schéma détaillé des entretiens et de l'observation des pratiques professionnelles des SMACCM à Dell

Observation Meeting	Observation Conference Call	Entretiens TQ (Skype & RC52)	Workplace	
5 (audio-video)	5 (audio-video)	3 (audio) + 3 conversations	4 (vidéo)	Images
Durée en minutes	Durée en minutes	Durée en minutes		
1.32	1.28	Giulia Garofalo	Openspace	Café
2. 74		Pasquale Popolizio	Hall	Restaurant
3. 50		Ivana Pais	Meeting Room	Espace Relax
		Lara Maestripieri	Dell Method	
		Florent Champy		
		Valérie Boussard		

Tableau 3 : Détail de l'observation et des Meetings, Conference Call et *Workplace* à Dell et des entretiens avec témoins privilégiés

4.3.3 L'ethnographie numérique :

Avec l'émergence des médias sociaux, les chercheurs ont vu la possibilité de construire un *corpus* en ligne (Lejeune 2010 ; Caliandro 2014 ; Moschini, 2014). En fait, les médias sociaux, aujourd'hui, représentent un domaine de recherche qui est sans bornes, où les chercheurs de différentes disciplines peuvent observer des situations et des interactions, participer directement *in situ*, recueillir des données et des documents de recherche et, par conséquent, créer des *corpus* complexes, si nécessaire, les analyser à travers différentes techniques et approches méthodologiques. Le danger dans ce processus de création de *corpus* online, qui dans la littérature peuvent être définis par le biais de différentes acceptions⁴⁴, est de créer de grandes *bases de données* difficiles à gérer avec les outils traditionnels de la recherche.

Pour cette raison, il est important, dans un contexte où la recherche doit être innovante, de faire appel à des outils numériques pour l'appui de la recherche dans une perspective réflexive (Schön 1987 ; 1994), qui rende compte du point de vue privilégié du chercheur.

L'ethnographie numérique (Stella & al. 2014 : 189 ; De Lillo 2010 : 68) peut être l'un de ces outils utiles pour les nouvelles frontières de la recherche sociale.

L'ethnographie numérique est une méthode de recherche basée sur l'observation participante d'un terrain d'étude situé en ligne. À l'aide de la communication médiée par ordinateur en tant que source de données pour arriver à la compréhension et à la représentation d'un phénomène culturel (Kozinets 2009 : 60).

Il s'agit, par conséquent, d'une « ethnographie adapté à la complexité du monde social contemporain », c'est-à-dire une approche de recherche qui peut fournir un accès privilégié à la compréhension de la « vie au temps d'une culture technologiquement médiée » (Kozinets 2010 : 3).

L'observation en ligne diffère, à certains égards, de l'observation conventionnelle (Garcia et coll. 2009). Dans le *Tableau 4* on en propose une synthèse :

⁴⁴ *Virtual Ethnography* (Hine 2000; Dumez 2008), *Netnography* (Bernard 2004; Coutant et Stenger 2009; Mercanti Guérin 2009; Kozinets 2010; Sayarh 2013), *Digital Ethnography* (Murthy 2008; Roy 2008; Charnet 2010).

L'ethnographie conventionnelle	L'ethnographie numérique :
Entretiens face à face	Entretiens en ligne
Environnement physique : communauté, organisation, groupe social. Un seul site.	Terrain numérique : sites, Forum, Blog, social media. Multi-située.
Intrusive : l'observateur est présent sur le terrain	Moins intrusive : l'observateur interagit avec les participants dans les environnements numériques
Besoin de beaucoup de ressources : humaines, économiques, temps	Besoin de peu de ressources

Tableau 4 : Différences entre l'ethnographie conventionnelle et l'ethnographie numérique

Plus précisément, la procédure de production de matériaux empiriques issus de l'observation en ligne est la suivante. Dès que les *SMACCM* sont connus et interrogés, on leur a demandé leur « amitié » sur certains réseaux sociaux : *Facebook, Twitter et LinkedIn*. Ils ont tous accepté et une fois avoir eu accès à leurs profils, grâce à l'aide d'une application comme *NVivo11, NCapture*, des extraits de tous les *dataset* et des « instantanés » dans le format *PDF* de leurs profils personnels et professionnels de *Dell* ceux des *SMACCM* pour la France, l'Italie, l'Espagne et les pays d'Amérique latine ont été « capturés ». Nous n'avons pas eu recours à des logiciels de *crawling*, qui sont souvent illégaux.

Dès que l'accès à ces matériaux a été fait, une archive (*user generated content* déjà en ligne) a été faite par une action de *lurking passif*. Il s'agit d'une observation incognito qui ne peut être faite que si les règles d'accès au terrain de l'enquête en ligne le permettent : par exemple, nous faisons état de cette action parce que tous les *SMACCM* ont accepté la demande d'amitié sur les réseaux sociaux, autrement, nous n'aurions pas eu accès aux détails et à l'histoire de leurs profils. Dans le *lurking passif*, le chercheur est un observateur silencieux et n'a aucune interaction avec l'environnement qu'il étudie, en évitant d'intervenir dans la discussion, ou de répondre aux commentaires des utilisateurs. En ce qui concerne l'accès au terrain, il est de type instrumental, parce que la présence cachée du chercheur est le présumé libre accès à des données qui ne nécessitent pas nécessairement la négociation avec les *gatekeeper* des espaces en ligne étudiés dans l'enquête. Par rapport à la dimension du temps, il n'est pas nécessaire

qu'il existe une relation de synchronisme entre les utilisateurs et le chercheur. De fait, le chercheur peut récupérer à partir des archives *online* des messages et des conversations du passé, sans la nécessité d'un échange synchrone avec les utilisateurs du web.

Les études ethnographiques actuelles sur Internet ont tendance à privilégier les données textuelles plutôt que données visuelles, ainsi l'utilisation des sons et des mouvements sont peu analysés. Au travers des données textuelles, les gens expriment des opinions, des émotions, leur façon de percevoir le monde ; en général, ils expérimentent leur propre identité en ligne. Mais la grande opportunité qu'offrent les *médias sociaux* aujourd'hui, c'est la capacité d'analyser tous les aspects de la communication médiée par ordinateur : l'argot, l'utilisation de majuscules et de la ponctuation, l'accent mis sur les mots ; les abréviations ; les *émoticônes* ; les citations ; les liens hypertextes (Campbell, 2006 ; Mann et Stewart, 2000 ; Huffaker, Calvert 2005).

4.4 Le processus de construction de la base empirique de la recherche

La première phase de la recherche sur le terrain, par conséquent, a été caractérisée par une observation ethnographique, dans laquelle, certaines techniques dans la tradition des approches *non-standard* ont été utilisées. Cette première phase de la recherche nous a permis de construire, ce que, dans la littérature sur la recherche qualitative, est défini généralement « données », mais qu'on va qualifier dans ce contexte de « matériel de recherche » (Charaudeau 2009 : 59 ; Pacifique et Coppola, 2010 : 50), « ressources pour les données » (Erikson 1985 : 149) ou, plus simplement de « matériel » ou « matériaux empiriques » (Lejeune 2014c : 13)⁴⁵. Le terme « données » a, de fait, été emprunté à la terminologie de la recherche quantitative, et indique les propriétés de différentes variables (Marradi, 2007 : 105). Dans une approche qualitative et empirique, comme la *Grounded Theory Method*,

les données ne sont pas recueillies » mais produites. Plus que la « collecte de données », qui évoque immédiatement l'image d'un chercheur qui attrape des objets qui existent déjà en face de lui, même si le terme prévaut actuellement dans l'usage, on se réfère plutôt à la « construction » ou « génération » des données (Tarozi 2008 : 35).

Les matériaux qui émergent du terrain de recherche ne sont pas encore et seulement des données déjà organisées pour l'analyse et, donc, réductibles à des variables⁴⁶ dans une matrice de données, mais ils sont déjà une « interprétation » (Diana et Montesperelli 2005) et, par conséquent, ils sont les « reproductions » (Pacifique et Coppola, 2010 : 49) des émotions, des gestes, des expressions paraverbales, des perceptions, de la sensibilité, des activités, des pratiques qui constituent des éléments au centre d'une analyse des interactions (Goffman, 1973 ; 1974).

Les « données », les plus riches qui sont utilisées ne sont pas des « faits », mais sont principalement des *sens* que les sujets attribuent à ces faits. En particulier, nous avons cherché les significations implicites (*tacit meanings*) attribuées à des faits, des événements et des relations, dont les sujets eux-

⁴⁵ « Plutôt que “données” ou “faits”, je définis les matériaux les éléments empiriques que réunit le chercheur » (Lejeune 2014c: 13).

⁴⁶ « Les matériaux [de recherche] ne sont jamais à l'état brut. Il n'y a pas de “données” déjà prêtes que le chercheur recueille. J'évite, par conséquent, d'utiliser le terme » (Lejeune 2014c: 13).

mêmes ne sont pas au courant, mais qui guident leurs actions (Tarozi 2008 : 35).

Ces derniers, dans une approche qualitative, permettent de faire émerger des éléments d'origine, dans le contexte de la recherche qui nous permet de créer une conceptualisation qui peut conduire à l'émergence d'une théorie (Glaser et Strauss, 1995; Tarozi 2008). Tous ces matériaux vont composer un *corpus*, qui, comme on l'a souligné ci-dessus, ne doit pas être compris comme étant exclusivement composé de données. Dans le contexte de la recherche qualitative, il est plus pertinent d'utiliser les expressions : « *corpus* de matériaux de recherche multimodale » (Pacifique et Coppola, 2010 : 50), ou « base empirique multimodal de la recherche » (Giuliano et La Rocca 2008 : 11).

4.4.1 La constitution du corpus

Dans le cas de la présente recherche, une *focused ethnography* et une *netnography* ont été menées afin de révéler les nuances de la figure professionnelle du *SMACCM* dans une grande compagnie multinationale américaine *high tech* : *Dell*. Pour ce faire, il a été réalisé une *focused ethnography* pendant une période de trois années (2012-2015) au siège de *Dell* à Montpellier en France, des enregistrements audio-video des activités de travail ont été faits *in situ*, dans leur déroulement de la part des *SMACCM*, les *workplace* ont été filmées, trois *meeting* de la *teamwork* de *Dell* qui travaille sur les médias sociaux ont été également enregistrés de manière audio-visuelle, environ deux cents notes de terrain ont été écrites, treize entretiens de *SMACCM* ont été faits, une action de *backtalk* a été mise en place un an après la première observation, une observation a été faite en réseau, une *netnography* des activités des *SMACCM* sur les profils sociaux de *Dell* (*Twitter*, *Facebook*, *LinkedIn*) procédant à l'extraction des données et des matériaux empiriques directement sur les *social* grâce au logiciel *NVivo11* et, enfin, une centaine de profils de *SMACCM* ont été sélectionnés sur les médias sociaux professionnels (*LinkedIn* et *Viadeo*) et ont été analysés.

Dans la perspective de la *Grounded Theory Method*, on propose, dans le présent travail, le traitement de ce *corpus* de matériel de recherche multimodal par le biais

d'un support informatique pour la construction, l'organisation et l'analyse des matériaux de recherche via un *CAQDAS* (Ferrari, 2014 ; 2015)⁴⁷ et, en particulier, *NVivo11*⁴⁸.

⁴⁷ Ce système de traitement de *corpus* est déjà utilisé dans deux autres recherches conduites à travers une ethnographie numérique, qui vise à explorer l'émergence de deux nouvelles figures professionnelles : le premier concerne les "ingénieurs pédagogiques" en France et, dans ce cas, les *CAQDAS* ont assisté le chercheur : tout d'abord pour le "recueil" des matériaux de recherche, sur une plate-forme de social media pour professionnels (*Viadeo*) et, ensuite, dans l'analyse, essentiellement descriptive, du développement de ces figures professionnelles dans le secteur public (universités et administration publique) et privés (entreprises) (Ferrari, 2014). Le second, plutôt, concerne les *SMACCM* dans la radio publique (Radio France, Radio RAI) et commerciale en Italie et en France (Ferrari en 2015).

⁴⁸ En réalité, trois versions de *NVivo* : les 9, 10 et 11 ont été utilisées. Le logiciel a été mis à jour, en fait, à chaque sortie d'un nouveau *release* au cours des trois dernières années.

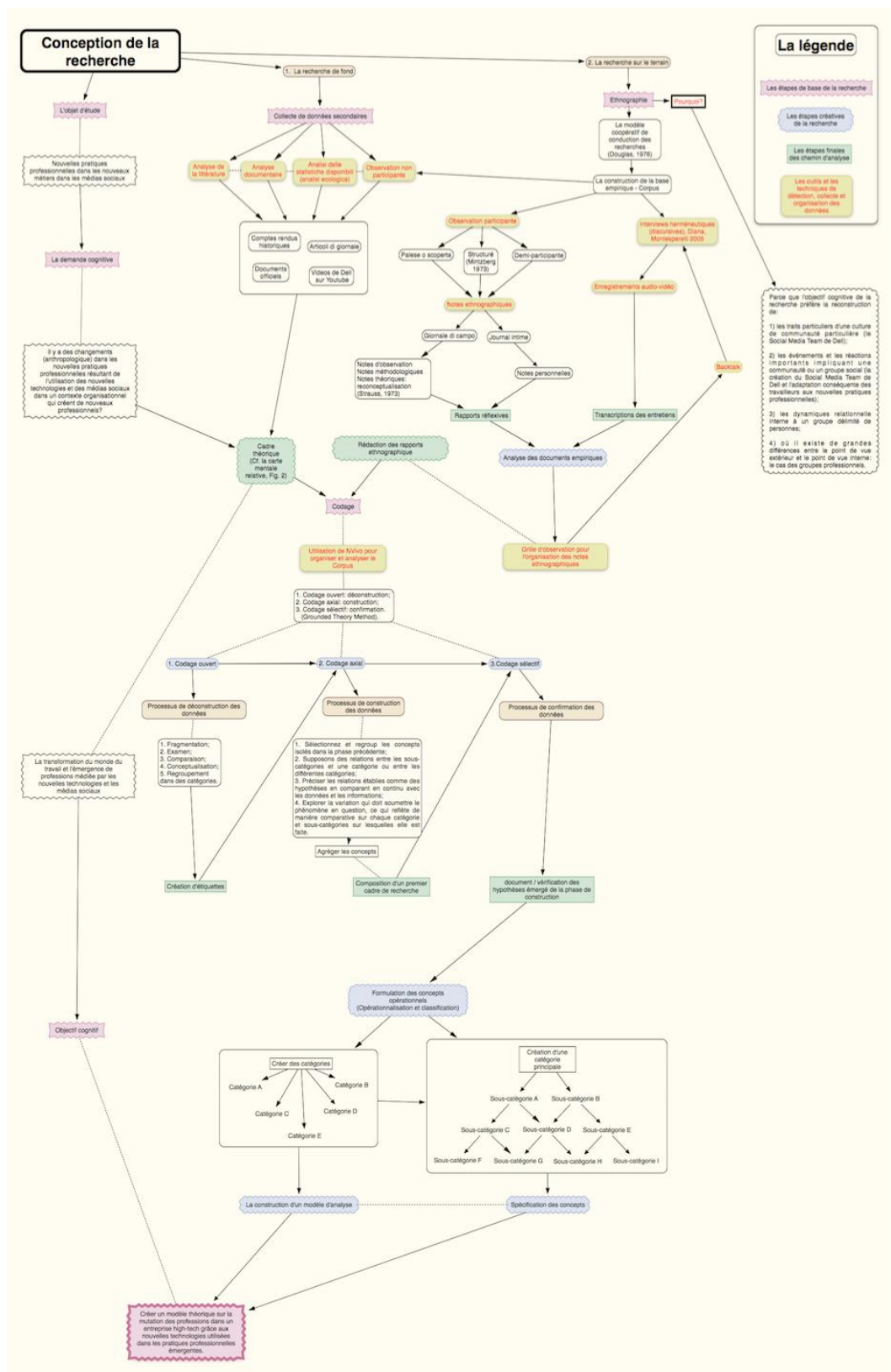


Figure 12 : la représentation graphique de la conception de la recherche.

4.5 L'analyse des données et l'utilisation du logiciel NVivo11

4.5.1 Le processus d'analyse des données

Le problème est, alors qu'un *corpus* si vaste et hétérogène est construit, de savoir comment organiser et, plus tard, d'analyser ce dernier, afin de générer une théorie. Dans notre cas : l'émergence d'une nouvelle définition globale des dimensions professionnelles qui sont incluses dans les nouvelles « professions *sociales* » liées aux nouveaux artefacts technologiques et, en particulier, aux médias sociaux, qui ne peuvent pas être réduits aux catégories professionnelles, du présent et du passé, ni, en réalité, ne peuvent être sédimentées dans des profils professionnels nouveaux et rigides.

4.5.2 La transcription de l'entretien

Ayant eu la chance d'explorer les différentes approches pratique et théorique de la transcription de textes et d'entretiens, il est ressorti de nos réflexions successives sur ce sujet, quelques interrogations.

Des approches qui sont nettement plus proches de la linguistique (en particulier l'analyse de conversation) préfèrent des conventions de transcription plus riches, complexes et précises, qui traitent également les aspects phonétiques et paraverbaux des interactions ;

Les approches les plus proches de la sociologie (y compris l'herméneutique) proposent des conventions de transcription plus maigres et fonctionnelles pour la compréhension, l'interprétation et l'analyse des contenus.

Un problème important est de comprendre si on doit utiliser ou non la ponctuation dans les transcriptions et quelle valeur d'utilisation attribuer aux symboles de la ponctuation.

Les signes symboliques de ponctuation, de fait, pourraient être interprétés parfaitement comme signes rythmiques des interactions dans le sens où ils représentent les temps de la langue orale. Suivant cette idée, nous aurons un schéma similaire :

- , (virgule) = pause très courte
- point-virgule (;) = courte pause
- deux-points (:) = longue pause
- . (point) = pause très longue
- ? (point d'interrogation) = le doute et le questionnement
- ! (point d'exclamation) = étonnement
- aller à la ligne (fin de paragraphe) = la fin d'un concept exprimé à l'intérieur de l'entretien
- laisser un espace = comme passage d'un interlocuteur à l'autre

Un modèle de convention similaire ne donne pas lieu à l'utilisation d'autres symboles pour indiquer des pauses et autre.

D'un autre point de vue, en linguistique, habituellement, on n'utilise pas les marques de ponctuation, et le texte transcrit ne présente aucune ponctuation et utilisation de majuscules/minuscules ni la structure des alinéas ou des paragraphes. De fait, le respect de l'oralité de la langue implique d'utiliser une convention de transcription, qui utilise des symboles différents de ceux de la ponctuation, alors que cette dernière devrait coder le texte dans plusieurs de ses parties.

Il se pose alors un problème important : dans les conventions de transcription utilisées en sociologie et en sciences sociales en général, apparaissent souvent, des signes de ponctuation et un codage symbolique composé par d'autres signes utilisés ensemble et au même moment. Par exemple :

- + = longue pause/. (point) = longue pause
- — = courte pause/, (virgule) = pause courte

Voici donc un doute et pas des moindres !

Une solution serait celle proposée par Bichi (2002), qui propose d'utiliser les marques de ponctuation (, ; :!?) en tant que symboles pour indiquer et rendre compte des « intonations » et non des temps de l'interaction.

Les transcriptions des entretiens ont suivi les principes de l'herméneutique, où le texte est toujours vu comme une traduction de l'original ou une interprétation de l'interprétation ; il est certain qu'une conversation orale ne peut jamais être reproduite fidèlement, mais peut être interprétée d'innombrables fois chaque fois différemment (Montesperelli 1987; Diana & Montesperelli 2005).

4.5.3 Le débat sur les CAQDAS

Dans la recherche qualitative, et, en particulier, dans la recherche sur le terrain, le chercheur peut, comme cela est bien connu, utiliser des outils numériques qui l'aident à collecter et organiser sa base empirique de la recherche.

Ces outils numériques sont souvent des logiciels appelés *CAQDAS*⁴⁹ : les différentes approches et les différents objectifs de la recherche qualitative ont conduit, après la diffusion de l'*Ordinateur Personnel* dans les années 80, à la création d'un nombre considérable de logiciels pour l'organisation et l'analyse de *corpus* complexes de données (texte, audio, et vidéo⁵⁰) faisant référence et, parfois explicitement, à certaines approches et techniques de recherche qualitative.

⁴⁹ *Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software*. Parfois, ils sont également appelés *QDAD* (*Qualitative Data Analysis Software*) ou *DAQ* (*Qualitative Data Analysis*). La version française de l'acronyme est *ADQAO* (*Analyse de Données Qualitative Assistée par Ordinateur*). Dans ce travail, nous utiliserons plutôt l'acronyme anglais plus largement connu et utilisé dans la littérature.

⁵⁰ Les données textuelles, audio et vidéo peuvent être également analysées selon une approche quantitative. Dans ce cas également, ont été développés, certains logiciels de soutien à la recherche. En règle générale, ces programmes mettent l'accent sur l'analyse textuelle et permettent de compter les occurrences de mots et d'étudier si les différents groupes de mots ont tendance à se reproduire ensemble ou séparément; ils permettent également une analyse statistique.

Les *Figure 13* et *14* illustrent les différents objectifs qui peuvent être qualifiés aussi de « besoins » de la recherche (et du chercheur), et le logiciel créé à cet égard afin d'atteindre ces objectifs et de satisfaire ces besoins exposés ci-dessous.

	Objectifs		Logiciels
Caractéristiques du langage	Communication	<ul style="list-style-type: none">ContenuContexte	TROPES NEUROTTEXT
	Miroir culture	Processus	ALCESTE SPAD T SPHINX LEXICA
		Processus cognitif	DECISION EXPLORER
Recherche de régularités	<ul style="list-style-type: none">Identification, catégorisation et connexions des élémentsIdentification de « patterns »		ATLAS.ti NUD*IST NVivo WINMAX
Compréhension du sens du texte	<ul style="list-style-type: none">Découverte de thèmesInterprétation		
Réflexion			

Figure 13 Exemple de logiciels pour l'analyse de données qualitatives (Voynnet-Fourboul 2002).

	Unité de travail	Caractéristique de l'analyse	Exemples de logiciels	
Analyse de contenu et ses prolongations	Mot	<ul style="list-style-type: none"> • Contenu • Contexte 	<ul style="list-style-type: none"> • TROPES • SPAD T • SPHINX • LEXICA 	
			<ul style="list-style-type: none"> • NEUROTTEXT • ALCESTE 	
	Concept	Cartographie cognitive	<ul style="list-style-type: none"> • DECISION EXPLORER 	
Libre : mot, idée, interprétation, concept		Catégorisation en réseau	<ul style="list-style-type: none"> • ATLAS.ti 	Analyse de données qualitatives assistée par ordinateur
		Catégorisation hiérarchique	<ul style="list-style-type: none"> • NUD*IST • NVivo 	

Figure 14 : Exemple de logiciels pour l'analyse de données qualitatives (Voynnet-Fourboul 2002).

Au-delà des différents objectifs de la recherche entre *CAQDAS*, certaines « fonctions de base » (les fonctions de stockage, de recherche, d’encodage, d’annotation) peuvent être distinguées, ainsi que certaines fonctionnalités avancées (appui à l’élaboration théorique à travers l’identification et la visualisation des liens entre les concepts) qui sont communes à de nombreux programmes (De Lillo 2010 : 202 à 204), comme indiqué dans le *Figure 15*.

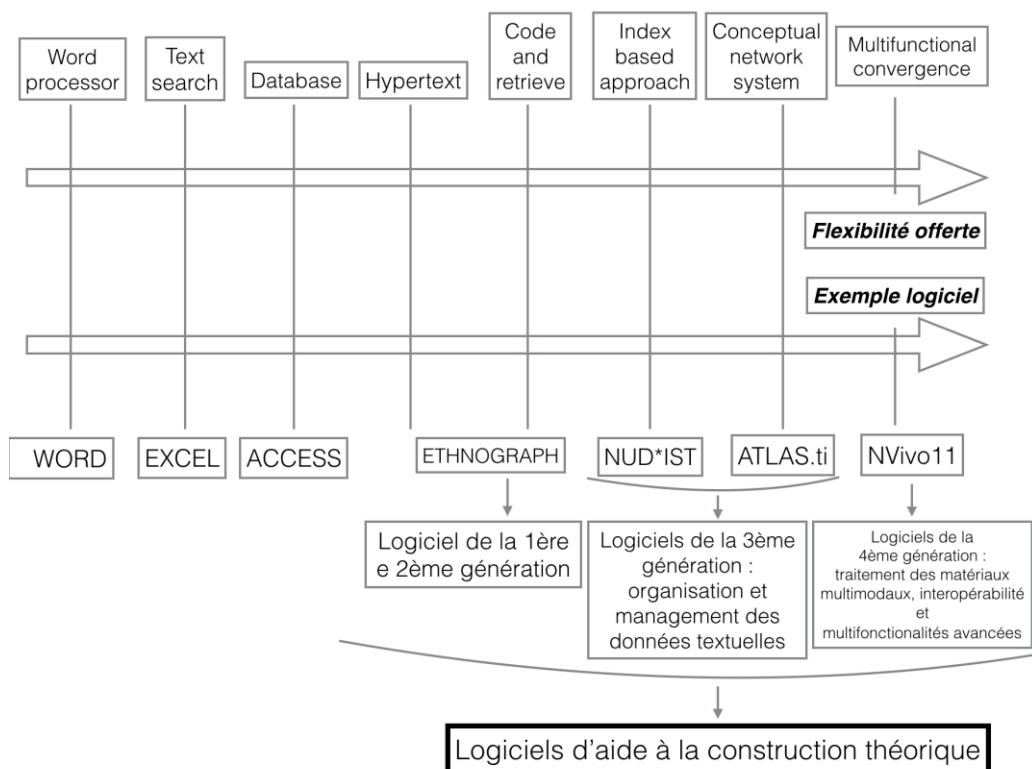


Figure 15: L'évolution des logiciels d'aide à l'analyse des données qualitatives (notre ré-élaboration de Voynnet-Fourboul 2002).

L'innovation technique qui est, par ailleurs, proposée pour les versions les plus récentes⁵¹ des *CAQDAS* (Lejeune 2014a; 2014b; Gilbert et coll. 2014) permet de "capturer" une base matériaux empiriques multimodaux provenant de social media, c'est-à-dire les principales plates-formes pour l'échange textuel et multimédiales (*Facebook*, *Twitter*, etc.), les principales plates-formes en ligne

⁵¹Les objectifs initiaux de l'utilisation des *CAQDAS* sont:

- la structuration des données : un compte-rendu des détails de manière organisée;
- trouver des régularités, des logiques, dans l'articulation entre concepts ou idées afin de produire une synthèse ;
- isoler, construire, définir des concepts *in vivo* ;
- traiter dans le même temps, les cas et les variables.

pour les professionnels (*LinkedIn*, *Viadeo*, etc.) et les forums de discussion en ligne.

4.5.4 L'utilisation du logiciel NVivo11 pour la systématisation du corpus et de l'analyse des données

Ayant défini ce qu'est un *CAQDAS* et à quoi il sert, nous allons montrer, dans ce paragraphe, comment collecter, organiser et analyser à l'aide d'un *CAQDAS* (*NVivo11*), un *corpus* de matériaux de recherche multimodaux sur les médias sociaux en vue d'une analyse du discours.

NVivo11 a été choisi pour une raison liée à une pratique de recherche quotidienne qui lie celui qui écrit à l'utilisation de ce logiciel. *NVivo11*, de fait, a été utilisé tout au long de l'écriture et de l'édition de ce travail de thèse, d'abord, pour organiser les matériaux de recherche empirique multimodaux, les enregistrements audio-vidéo, les références bibliographiques, les images, les pages web, les profils des médias sociaux, les bases de données, les *PDF*, les documents de différents formats, des tableaux, des notes, des notes ethnographiques, des transcriptions, des encodages ; tout a été organisé et développé avec *NVivo11*.

Nous savons, évidemment, qu'il existe une multitude de *CAQDAS*, et que chacun d'entre eux privilégie différentes approches de recherche. Toutefois, l'objet de notre discours n'est pas de faire une description exhaustive de tous les outils numériques et de la littérature concernant les *CAQDAS* (Dicks et coll. 2005; Lejeune 2007; Giuliano et La Rocca 2008; Gilbert et al. 2014). Nous souhaitons plus modestement montrer les avantages et les inconvénients de l'utilisation de l'un de ces logiciels, l'un des plus complets à nos yeux, pour la mise en place d'un *corpus* extrait lors d'une recherche *in situ*.

4.5.4.1 Comment faire une analyse du discours numérique des social media avec l'aide de NVivo11⁵² ?

Ce *corpus* a été constitué en vue d'une analyse des "matières technolangagières" (Paveau 2014: 8) dans un⁵³ environnement de "technologie discursive"⁵⁴ (Paveau 2013; 2013b), autrement nommé une analyse des "technodiscours"⁵⁵ (Paveau 2012: 106) produits par les nouvelles figures professionnelles qui utilisent les médias sociaux.

⁵² Dans ce paragraphe nous reprenons certains des arguments de l'article: "*Comment constituer et traiter des corpus issus des médias sociaux à l'aide des CAQDAS ? NVivo : un instrument pour l'analyse des discours numériques*" (Ferrari 2015). Nous reprenons également les exemples que nous avons créés à cette occasion, pour décrire la création et le traitement d'un *corpus* de matériaux empiriques de la recherche WRI (*Web Radio Interaction*).

⁵³ Nous reprenons, ici, la notion d'environnement dans le sens d'un "jeu de données humaines et non humaines à l'intérieur de laquelle les discours sont traités. La notion d'environnement est [...] une alternative critique à celle de contexte (ou de conditions de production ou d'extérieurs du discours) courante en analyse du discours, qui est plutôt centrée sur les paramètres sociaux, historiques et politiques" (Paveau 2013b: 141).

⁵⁴ "La technologie discursive est l'ensemble des processus de mise en discours de la langue dans un environnement technologique [ment dense]. C'est un dispositif au sein duquel la production langagière et discursive est intrinsèquement liée à des outils technologiques en ligne ou hors ligne (ordinateurs, téléphones, tablettes, logiciels, applications, sites, blogs, réseaux, plateformes...). La technologie discursive implique une nature composite des productions langagières." (Paveau 2013b: 141), ces dispositifs laissent des traces dans la matérialité du langage.

⁵⁵ Cela désigne l'entrée en vigueur dans un contexte numérique de la techno-langue et définit un système de formes disponibles : commune, apprises, évolutives, et régies par des règles (Paveau 2012).

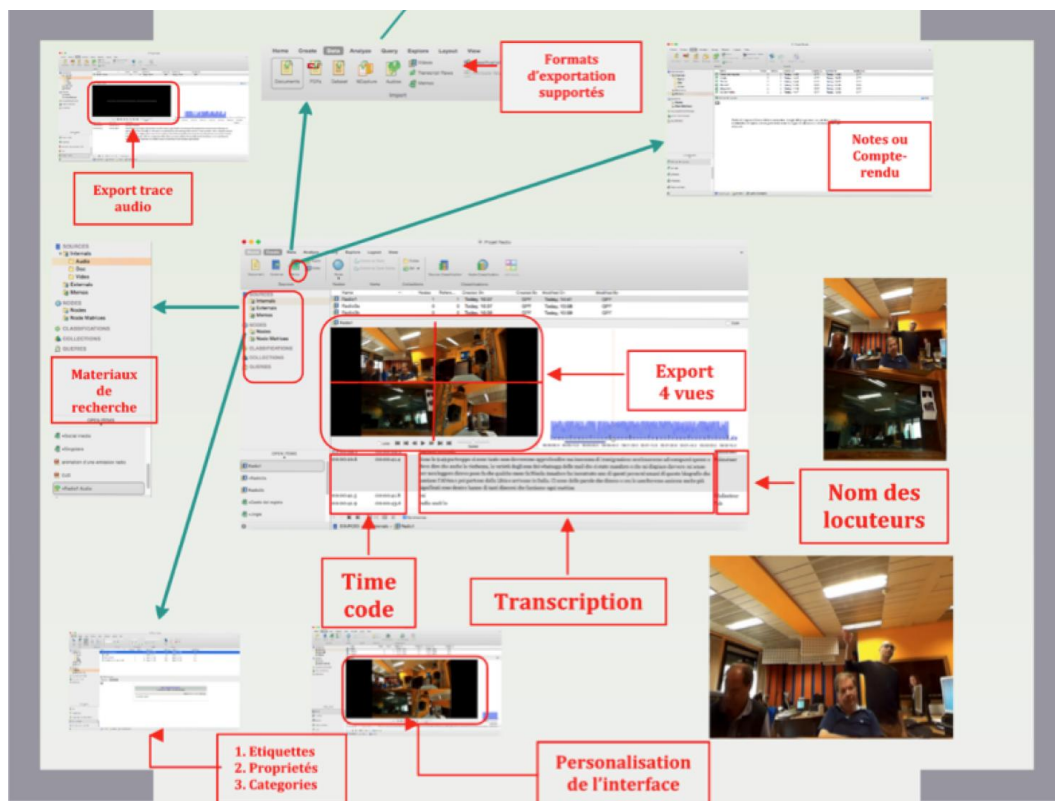


Figure 16: Présentation de l'interface et des fonctionnalités principales de NVvivo11 pour l'organisation d'un corpus de matériaux empiriques multimodaux.

Les nouvelles fonctionnalités de *NVvivo 11* (Lejeune 2014a; 2014b) permettent également de procéder à une analyse du discours sans aucun problème. Toutes les fonctionnalités “queries” (requêtes) permettent d’interroger le logiciel sur le contenu du texte. Par exemple, en plus d’effectuer des requêtes sur les “fréquences de mots”, on peut, de la même façon faire tout “l’étiquetage” (réflexif) (Lejeune 2014a) du texte, à travers des “nœuds”, et donc sélectionner les différents extraits de texte et de les diviser selon les différentes catégories, sous-catégories et/ou des dimensions et sous-dimensions. Il est possible, également, d’avoir un espace d’édition où des documents audio et vidéo peuvent être traités, donc dans un espace où il y a tous les outils nécessaires pour préparer les transcriptions pour l’analyse du discours.

Mais l'innovation la plus importante de la dernière version *NVivo11*⁵⁶ réside dans les fonctionnalités qui permettent d'exporter directement à partir de *Google Chrome*⁵⁷ grâce à une application appelée *NCapture* et qui est toujours visible grâce à un bouton qui peut être activé sur la barre d'outils de *Google Chrome*. Grâce à cette petite application, on peut exporter une copie, en format *PDF*, n'importe quelle page web de son activation à aujourd'hui. De plus, l'une des caractéristiques les plus intéressantes comme le montrent les *Figures 17* et *18* est d'être capable d'exporter des “dataset” (base de données) complètes de *Facebook* et de *Twitter*.



Figure 17: Extraction d'un ensemble de données avec *NCapture* d'un profil *Twitter*.



⁵⁶ En octobre 2015, est prévue la sortie d'une nouvelle version de *NVivo 11*: il y a encore des versions *demo beta*, mais à partir de la publicité de lancement de la société qui produit et distribue le logiciel *QSR International*, la nouvelle version introduit de nouvelles fonctions plus avancées pour l'extraction et l'analyse des documents de recherche multimodal.

⁵⁷ Nous citons, ici, le nom exact du navigateur, car il n'est pas possible d'installer cette application sur d'autres navigateurs. L'interopérabilité est donc limitée à *Google Chrome*.

Figure 18: Extraction d'un ensemble de données avec NCapture d'un profil Facebook.

Importation et visualisation de la capture avec NCapture d'un profil Twitter d'une radio publique italienne par PDF

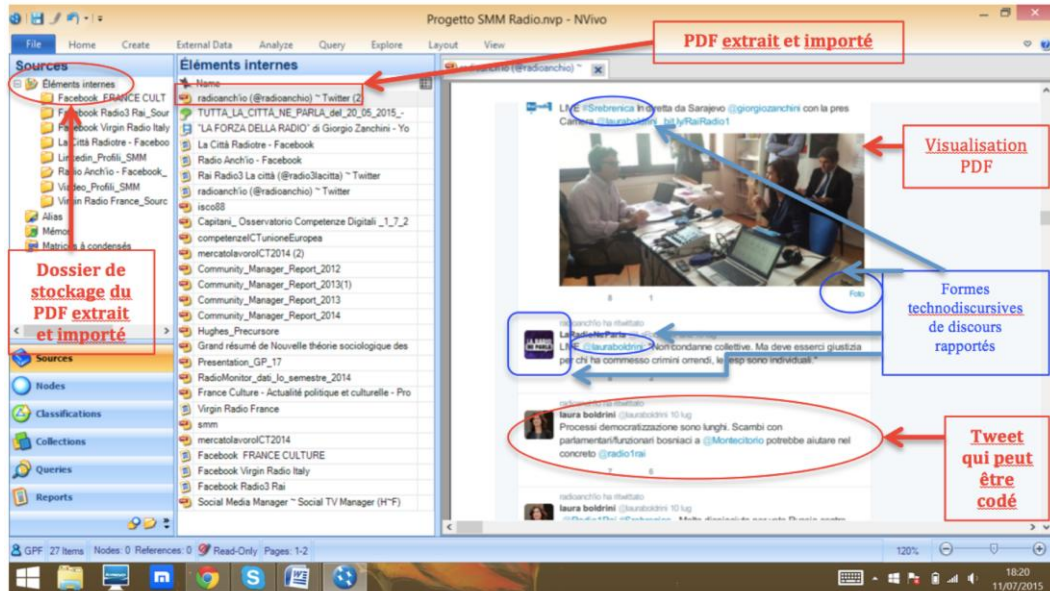


Figure 19: Importation grâce à NCapture d'un profil Twitter en format PDF.

Un exemple de la façon dont un profil *Twitter* apparaît après l'exportation, dans des *dataset* avec *NCapture* est représenté dans la *Figure 19* : à part la quantité de données et d'éléments pour la recherche mise à disposition dans le tableau qui est exporté, il y a une colonne qui apparaît importante pour développer une analyse des "matières technolangagières" (Paveau 2012: 106) dans le contexte du discours online comme mentionné précédemment. Cette colonne affiche le texte intégral du *Tweet* et des *Retweet* ici *Twitter*, et le texte intégral des posts et des commentaires dans le cas de *Facebook*. Cette fonctionnalité permet, dans le cadre de l'observation des pratiques professionnelles sur médias sociaux et des activités des *SMACCM* et dans le cadre de l'analyse des "technodiscours" (Paveau 2012: 106), produits par les nouvelles figures professionnelles qui utilisent les médias sociaux, d'organiser et d'accélérer le moment de la construction et la création d'un "corpus de matériel de recherche multimodal" (Pacifique et Coppola, 2010: 50), ou d'une "base empirique multimodale de la recherche" (Giuliano et La

Rocca 2008: 11). Dans la perspective de l'analyse des "matières technolangagières" (Paveau 2012: 106), les *CAQDAS*, comme *NVivo11*, autorisent une évolution au niveau méthodologique, parce qu'ils offrent la possibilité de reproduire un "environnement natif" non seulement pour extrapoler *"des images capturées" sur un moniteur ou avec des instruments de stockage de pages web qui rendent compte du processus de linéarisation et d'augmentation* en ce qui concerne les médias sociaux, réseau de contextualisation techno-relationnelle" comme suggéré par Paveau (2012b: 8-12); mais, par conséquent, permettent d'exporter tout le contenu en ligne en format *PDF*, comme mentionné ci-dessus, réussissant la "capture" de matériaux de la techno-langue dans leur production online. Il est également possible d'encoder et d'annoter directement sur le *PDF*, ce qui rend possible une plus grande perception de la part du chercheur des "matières technolangagières" (Paveau 2012b: 9): on se trouve, au moment de l'organisation et, par la suite, de l'analyse, face à une quantité importante de matériaux divers entre eux à traiter de différentes manières, mais le chercheur devient de plus en plus conscient et capable de gérer de manière adéquate un *corpus* de matériel de recherche multimédia, de pouvoir le travailler, le façonner, à travers une approche qui est vraiment multimodale et interdisciplinaire, il réussit à connecter les textes avec les images, les vidéos, avec des notes, des pistes audio et des références bibliographiques, les données descriptives d'une *communauté Facebook* avec la richesse des "formes technodiscursives du discours rapporté" (Paveau 2011, 2012c).

La figure suivante montre deux manières de traiter les données issues des médias sociaux: la première dans leur environnement natif", et la seconde déjà organisée pour une analyse plus détaillée du positionnement d'un Tweet dans l'environnement "Twitter", grâce à une pré-structuration déjà réalisée par *NVivo11*.

Importation et visualisation de la capture avec NCapture de la base des données d'un profil Twitter d'une radio publique italienne

ID	Tweet ID	Username	Tweet	Time	Tweet Type	Retweeted By	Number
1	601658449433382912	radioanchio	L'innocente l'empire batte un colpo: si occupano della questione migratoria? Foto: Jozef al. Reuters @Radio104	22/05/2015	Tweet		0
2	601656421982273536	radioanchio	"Bisogna mediare tra le leggi e le situazioni di ogni singolo Paese". Daniele Della @Radio104 #radioanchio #radio	22/05/2015	Tweet		0
3	60165510486597224	radioanchio	In onda ora l'intervista a Davide Tacchini. #arabista - intervista di Alessandro Fortini. #radioanchio #radio	22/05/2015	Tweet		0
4	601654057447612416	radioanchio	"Dobbiamo notare a che l'Europa si assuma missione sotto le bandiere dell'UE: si organizza in Nord Africa luoghi civili di soccorso" P. Borgia	22/05/2015	Tweet		0
5	601653536423492609	radioanchio	La #polizia è autorizzata ad usare la forza contro il #migrante che si rifiuta di lasciare le impronte" Nasser Soul	22/05/2015	Tweet		0

Figure 20: Visualisation de l'importation effectuée avec NCapture d'une base de données d'un profil Twitter

Dans l'analyse, la corrélation de deux points de vue permet de mettre en épigraphe, les “matérialités technolangagières” dans leur “environnement natif”. Cela permet, de la même manière, de corréler les transcriptions, les transcriptions des interactions et des actions en train de se faire dans l'environnement de travail (vidéo enregistrée lors de l'observation du chercheur), et, enfin, les productions réalisées sur les médias sociaux. Dans cette perspective, il est possible de rendre compte, dans l'analyse, de l'*imbrication*, d'une part, du discours des médias et du discours numérique, d'autre part et de voir la corrélation entre eux.

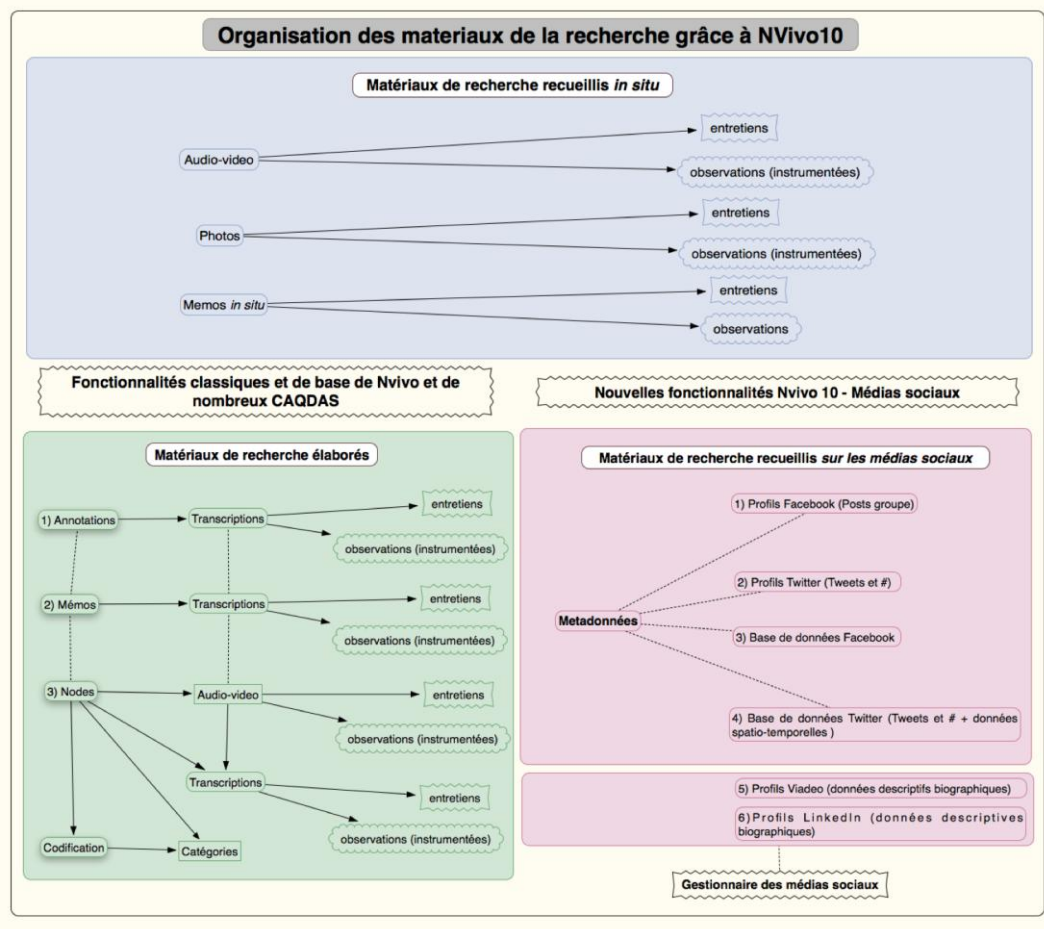


Figure 21 : Organisation des matériaux empiriques de recherche grâce à NVivo 11.

Il reste le fait que l'utilisation d'un *CAQDAS* permet de mettre en corrélation différentes ressources et des modes de production dans la perspective de leur *environnement natif*. En réalité, il existe de nombreux outils en ligne qui peuvent être utilisés à cette fin gratuitement, par le biais de *demo* ou des frais mensuels ; mais la véritable innovation de *NVivo 11* est représenté par l'interopérabilité avec de nombreuses applications et de logiciels pour la recherche (par exemple avec logiciel de référence *management*) et de l'intégration dans ses "*cultural interface*" ou "*human-computer-cultural interface*" (Manovich 2001: 65), des outils tels que *NCapture*, qui sont en mesure de communiquer directement avec les médias sociaux et l'exportation des matériaux de recherche multimodaux directement dans l'interface culturelle de logiciel, les rendant immédiatement disponibles pour le travail d'analyse du chercheur.

5. La recherche

5.1 Introduction théorique à la recherche sur le terrain

5.1.1 L'exigence émergente de nouvelles figures professionnelles

Informations et connaissances combinées avec des compétences dans l'utilisation des technologies représentent, aujourd'hui, les principaux facteurs de compétitivité pour trouver un emploi. On demande aux nouveaux professionnels : une alphabétisation aux *TIC*, une qualification élevée, une autonomie, une mobilité, et une adhésion au modèle d'*apprentissage tout au long de la vie* (*lifelong learning*).

L'aspect clé de ce profond changement social est la centralité plus émergente de la relation entre l'individu et une société médiée par les nouvelles technologies, considérée par rapport à la dimension du travail. Il est évident, d'une part, que la plupart des nouveaux emplois ont trouvé et trouveront un terrain fertile, surtout dans les sociétés avec des économies avancées, en contextes post-fordistes ; de même, il est vrai, d'autre part, qu'aujourd'hui, nombre de professions ont tendance à disparaître à cause de facteurs tels que la concurrence économique entre entreprises, l'introduction de nouvelles technologies et les variations du marché (Gorz 1992 ; 1998 ; 2003 ; Rifkin 1995 ; Beck, 2000b).

Une caractéristique très intéressante de ces réalités et des dynamiques socio-économiques concerne l'augmentation considérable de l'emploi dans les secteurs de la *new economy* et des nouvelles technologies. Graphistes multimédias, *community manager*, *web designer*, gestionnaires de *e-business*, *web journaliste* et concepteurs de projets Internet : voici quelques noms des nouveaux emplois et des profils des professions qui apparaissent essentiels pour la vie et pour

croissance des entreprises. Ces dernières sont appelées souvent « *knowledge worker*⁵⁸ » (Drucker 1959 : 122) :

À côté des compétences techniques, on demande de plus en plus [.] une capacité de gestion de l'information, des nouvelles technologies, de son propre travail et une veille constante sur les mises à jour. Mais pour répondre à ce changement de perspective, il est nécessaire que la personne soit préparée, qu'elle soit capable de comprendre non seulement les contenus, mais aussi les méthodes (De Biase, Garbarini 2003: 81).

On entre dans une nouvelle phase vitale de ce que Richard Florida a défini « *creative class* » (Florida, 2002). Avec toutes ses limites théoriques (Formenti, 2011 : 120), Florida a le mérite d'avoir identifié, il y a plus de dix ans, ce qui est souvent défini de manière inappropriée *classes*. Prandstraller parle, au contraire, d'une catégorie pour laquelle le caractère essentiel pour la production devient de plus en plus évident (Prandstraller, 2004 : 80)

et que les théoriciens néo-opéraïstes/ouvréristes⁵⁹ définissent comme *la couche supérieure d'une composition des classes large et stratifiée* (Formenti, 2011 : 122) et donc une *multitude*, ce qui signifie étendre le

concept de travailleurs de la connaissance à toutes les activités qui dans leurs différents titres contribuent directement ou indirectement à créer de la valeur pour le capitalisme des réseaux (Formenti, 2011 : 122).

L'acception de *Knowledge worker*, bien que définissant des catégories professionnelles, désormais consolidées dans les dernières décennies qui ont utilisé la connaissance pour la production de valeur et pour arriver à occuper une primauté dans la société, est, aujourd'hui, extensible, et se lie à toutes les figures directement impliquées professionnellement dans des activités de service basées sur l'utilisation et la consommation de nouvelles technologies pendant le temps de travail (Broadbent, 2014 : 57) et deviennent de plus en plus « *pervasif/omniprésent* » dans l'existence de l'individu (Broadbent, 2014 : 62).

Il se cache de nouvelles formes de travail qui sont au-delà de l'ajustement d'une forme contractuelle, à cheval sur les représentations syndicales et qui peinent à renoncer à l'autonomie acquise pour devenir des catégories professionnelles pouvant être réglementées.

⁵⁸ Les principes et les concepts qui sont appliqués à l'automatisation de la production mécanisée du travail ont été initialement développés pour un travail non mécanisé dans les entreprises. Ces mêmes, rapidement, sont devenus la règle pour tous ceux qui ne sont pas *travailleurs* dans le sens traditionnel du terme, mais qui travaillent de façon productive, comme les techniciens, les professionnels et les managers (Drucker, 1959: 67).

⁵⁹ En ce qui concerne à la théorie néo-operaïste??? et dans le débat né autour de la notion de capitalisme cognitif , cf. Formenti (2011), en particulier le Chapitre 4, pag. 94. Certains textes importants pour s'approcher de ces thèmes sont les suivants : Fumagalli, A. (2007). *Bioeconomia e capitalismo cognitivo: verso un nuovo paradigma di accumulazione*, Rome, Carocci; Boutang, Y M. (2007). *Le capitalisme cognitif: la nouvelle grande transformation*. Amsterdam; et la trilogie de Toni Negri e Michael Hardt: *Impero* (2001), *Moltitudine* (2004) e *Comune: oltre il privato e il pubblico* (2010) éditions Rizzoli.

La pratique professionnelle, par conséquent, est de plus en plus médiatisée par des *choses* (Serres, 2010), *des machines, des artefacts* de nature technologique font office, autrement, d'*interfaces culturelles* (Gane & Beer, 2008: 54) dans la communication, dans la construction du sens, de l'interaction, et la gestion des relations professionnelles.

Le travailleur est aux prises avec des instruments de travail nouveaux et inconnus, qui nécessitent un parcours d'apprentissage cognitif et des *genèses instrumentales* (Rabardel 1995 : 161), ou une appropriation pour leur utilisation et leur connaissance.

Les nouvelles pratiques professionnelles sont liées toujours plus aux choses, aux objets de travail, et ont une dimension technologie qui rend *complexe* (Latour, 1994 : 43) l'interaction entre l'homme et la machine.

Cela crée *des hybrides*, autrement dit, un mélange d'éléments hétérogènes placé en association l'un par rapport à l'autre, de sorte qu'il devient impossible de déterminer quelles parties sont à attribuer à l'objet et quelles parties sont associées au sujet, à la nature et à la société. Selon Bruno Latour, en réalité, le monde est réalisé par le biais de l'interrelation d'*actants* ni sujets ni objets mais composés d'hybrides, humains et non-humains dans une relation dynamique. (Latour 1989 ; 1991).

Dans ce travail, nous avons essayé, en nous appuyant sur quelques considérations théoriques d'arriver à une étude du cas de l'émergence d'une nouvelle figure professionnelle *hybride*, c'est-à-dire : *le Social Media Analyst, Community and Content Manager*. Dans la dernière partie de cette thèse de doctorat, aussi, nous avons retracé le parcours de construction de l'identité professionnelle des *SMACCM*.

5.1.2 La crise de l'identité professionnelle

Ce qui est évident est que l'importante *automation*⁶⁰ (Stiegler 2013 : 84) des pratiques de travail correspond à une *crise de l'identité professionnelle* (Dubar 1998 ; Dubar, Tripier & Boussard 2011 : 328), qui est en train de changer les modalités de représentation et d'auto-représentation du travail et du professionnalisme. Dubar fait valoir que, dans la dernière décennie du siècle dernier, il y a eu des mutations identitaires rapides et séquentielles dans le monde des professions. Des concepts tels que l'*identification*⁶¹ (Legault 2003 : 16), la *reconnaissance*⁶² (Honneth, 2002) et la *dévotion* (Legault, 2003 : 21) semblent être vidés de leurs dimensions symboliques, comme s'ils avaient perdu leurs forces sémantique et évocative. Dubar, de fait, en s'appuyant sur les résultats de recherches menées à la fin des années 80 dans six grandes entreprises françaises sur l'utilisation de dispositifs de formation considérés comme innovants (Dubar, Tripier, Boussard 2011 : 323) trace un parcours de changement identitaire des

⁶⁰ Nous vivons dans le temps de l'automatisation généralisée. Dans ce contexte, certains croient qu'il faut parler de *post-humanisme* : à l'horizon de l'automatisme sont projetées les figures du *cyborg* et du *golem* à la mesure que l'automatisation biologique et les automatismes psychiques sont reclassés à travers et avec des automatismes technologiques (Stiegler 2013: 84).

⁶¹ Pour Dubar, la crise de l'identité se réfère à la perturbation des relations stabilisées à l'intérieur de la structuration des éléments structurant l'activité, cette activité est l'identification, à savoir le fait de caractériser les autres et soi-même. Selon le sociologue français, l'apparition du problème de la crise des moyens d'identification correspondrait à la théorisation de l'objet de la crise économique actuelle, où l'originalité est sa propre durée et ses différentes manifestations. L'auteur soutient également que, parallèlement à la crise économique, une crise des liens sociaux s'est développée et, en conséquent, une crise d'identité. Au vu de ces observations, ils introduisent l'hypothèse "que toute période de relatif équilibre, de croissance continue et de règles claires, de politique stable et de légitimité des institutions s'accompagne d'un ensemble de catégories partagées par une majorité, dans un système symbolique de désignation et de classification fortement intériorisé, alors la perturbation de cet équilibre doit constituer une dimension importante de la spécificité de la crise. Le changement de règles, de modèles, de terminologie, provoque une déstabilisation des points de référence, des désignations, des systèmes symboliques antérieurs. Cette dimension, de la même manière, si elle est complexe et cachée, touche une question cruciale : celle de la subjectivité, du fonctionnement psychique et des formes de l'individualité en question".

⁶² Alex Honneth, à partir de la "dialectique servant-seigneur" dans la lutte pour la reconnaissance, emprunté à la phénoménologie de l'esprit de Hegel élabore une approche basée sur les concepts de "reconnaissance" et de la "lutte pour reconnaissance". L'objectif de Honneth est l'étude de la relation entre conflit et progrès. Honneth se demande quel est l'objet du conflit, à partir duquel peut émerger la progression. Le conflit social n'est jamais seulement un conflit pour le contrôle des ressources, afin d'avoir plus à imposer aux autres une volonté de puissance, mais c'est un conflit pour l'affirmation de l'individu ou de la collectivité. Une déclaration qui n'est pas vraiment complète si on ne conquiert pas la reconnaissance de l'autre. Si le conflit est, au fond, une lutte pour être reconnu dans sa propre valeur, de l'autre, il y a toujours un manque de reconnaissance. L'autonomie de l'individu, dépend donc de la capacité à développer un autotraitement avec lui-même par la médiation de l'expérience de la reconnaissance sociale. À l'époque moderne, les individus utilisent les trois sphères de reconnaissance sociale pour construire leur identité. Elles sont constituées de modèles relationnels de l'amour, de l'égalité de traitement juridique, et d'estimation sociale. La construction de l'identité personnelle, par conséquent, prend place à travers les différentes étapes de la reconnaissance. Être reconnu par l'autre, enfin, signifie éprouver sa propre valeur ; c'est-à-dire créer une relation de reconnaissance mutuelle.

professions, qui passe par ladite *période des 30 glorieuses*⁶³ où l'idée d'un *management participatif* est rendue explicite, dans lequel on cherche à assurer la mobilité des salariés considérés comme des *compétences* stratégiques pour leurs propres entreprises, en échange d'une perspective de mobilité interne. Les cinq premières années des années 90, au contraire, sont conditionnées par une forte désillusion : non seulement parce que la croissance attendue n'arrive pas, mais le taux de chômage atteint, trois millions d'unités en 1993 et, pour la première fois, les cadres dirigeants des entreprises sont également touchés. Dans le milieu des années 90, l'idée d'une *entreprise à réseaux* s'affirme (Castells 1996 : 199), où tout est lié et tout est partagé : le secteur des entreprises perd leur imperméabilité pour se faire contaminer des expériences d'autres compétences managériales dans une vision *écologique* et *holistique* de l'entreprise. Dans cette nouvelle logique *connectionniste*⁶⁴ (Boltanski, Chiapello, 1999: 638), le concept de *l'identité de réseau* qui devient la référence structurante d'un nouveau discours sur la gestion de l'entreprise est affirmé, nouveau discours que Boltanski et Chiapello ont appelé *le nouvel esprit du capitalisme* (Boltanski, Chiapello, 1999). La mobilité externe, les parcours professionnels adoptent la perspective de *projets*, la construction de réseaux de relations permet la réalisation de soi, ainsi que la conservation et la croissance de *l'auto-employabilité*⁶⁵. Le nouveau professionnel agit, non seulement pour développer ses compétences, mais pour mettre en acte tous ses potentialités se gérant lui-même comme une entreprise, et faisant son identité professionnelle *l'entreprise de soi — même* (Dubar, Tripier, Boussard 2011 : 327). La conversion à l'identité du réseau devient, par conséquent, pour le professionnel, la solution au problème de la flexibilité du travail et de l'évolution des structures de l'entreprise, provoquant des crises identitaires qui peuvent être redéfinies dans une *perte du sé/soi* (Dubar, Tripier, Boussard 2011 : 327). Une situation qui mène à une mobilité permanente et à l'exclusion des grandes catégories professionnelles du passé. Pour cette raison, on parle d'*individualisme*

⁶³ 1986-1988: une période de trois ans où il y a eu une reprise de l'économie et qui a suscité beaucoup d'optimisme et d'espoir pour un retour à la croissance.

⁶⁴ Boltanski et Chiapello, qui, sur ce point, sont d'accord avec Castells (1996), estiment que "la caractéristique la plus remarquable des changements qui ont marqué cette période de l'histoire, c'est la création d'un commerce mondial [...] et celui qui a influencé, au contraire, la spécificité de l'évolution récente a été le développement d'une logique connectionniste..."

⁶⁵ Attractivité du professionnel sur le marché du travail.

en réseau (Castells 2009: 146; Wellman & Haythornthwaite 2008; Wellman & al.) :

La combinaison de l'identification et de l'individualisme est à l'origine de la culture de *l'individualisme en réseau*, qui constitue le modèle de socialisation répandue dans la société de réseaux. Dans l'ère d'*Internet*, les individus ne s'enferment pas dans l'isolement de la réalité virtuelle. Au contraire, ils élargissent leur expérience sociale en utilisant la richesse des réseaux de communication à leur disposition, mais ils le font de manière sélective, construisant leur monde culturel en fonction de leurs propres préférences, leurs propres projets, et le modifiant en fonction de l'évolution de leurs intérêts et de leurs valeurs personnelles (Castells 2009 : 146).

L'*individu connectionniste* œuvre dans un marché mondialisé et médié par le biais de l'utilisation *spectaculaire* (Debord, 1967) et pervasive/omniprésente de la communication, sans aucune réglementation éthique, où on met en doute la notion même de groupes professionnels, et de sa survie. Ce réseau de personnes connectées, grâce à *Internet*, à des structures d'entreprise globalisées, à des circuits commerciaux et financiers, à un groupe de pairs⁶⁶ construit des formes identitaires inédites et établit un type de société *minimale*, dans lequel le terme même de profession perd sa signification. Il est clair à partir de cette vision, que ce modèle connectionniste devrait impliquer la dissolution progressive des mêmes groupes professionnels.

Nous assistons à l'émergence de nouvelles figures professionnelles, plus individualisées et moins réglementées⁶⁷. Dans ce contexte le professionnalisme comme revendication de reconnaissance sociale concerne toujours de plus en plus que ce qu'on pourrait appeler la sphère de *l'identité personnelle* (Dubar 2000 : Chap. 5). Non pas que la forme *individualiste* d'un type de réseau (connectionniste) est protégée contre la menace de la crise de manque de reconnaissance sociale. Dans un nouveau contexte, de fait, l'identité personnelle ne peut pas éviter la crise *biographique* : le *nouveau* professionnel, caractérisé par une condition existentielle d'*acteur/auteur*⁶⁸ (Dubar, Tripier, Boussard 2011 : 328), est régulièrement en crise. Le processus de la construction de son identité personnelle est en regard de la capacité à combiner différentes formes identitaires

⁶⁶ Nous devrions peut-être affirmer plus correctement : connectés à des individus professionnellement aux pairs, dans ce qu'ils peuvent être pris en compte

⁶⁷ Pour ne pas dire ; non réglementé

⁶⁸ À ne pas confondre avec l'individu *abstrait*, l'acteur/auteur se fait lui-même l'interprète de sa carrière, grâce à laquelle il obtient la reconnaissance sociale, et est l'auteur d'un roman autobiographique, dans lequel l'identité professionnelle rompt à travers la narration de soi-même dans l'identité personnelle.

précédemment en vigueur et à les combiner les contextualisant dans le présent de la pratique professionnelle. Dans cette vision, le professionnalisme correspond à la reconnaissance professionnelle du sé/soi.

5.1.3 Définir les limites entre professions dans un monde qui est en constante évolution.

Dans la recherche sociale aujourd'hui, un emploi peut être représenté comme une variable qui concerne la transition école-travail, l'éducation et la formation professionnelle mais aussi le processus de professionnalisation. Les frontières entre les catégories d'emploi et professionnelles sont toujours plus nuancées et les profils de ces catégories sont toujours moins standardisés et homogènes par rapport au passé. Les compétences nécessaires pour un travail particulier diffèrent énormément également dans une même profession (Commission Européenne, 2012).

Tout cela a redessiné les cartes géographiques et cognitives du monde des professions connu, créant une nouvelle réalité, de plus en plus souvent virtuelle, qui nécessitent de nouveaux acteurs. De nouveaux interprètes qui occupent de nouveaux rôles, la création de nouveaux *statuts*, l'apparition de nouveaux besoins, deviennent, à leur tour, une nécessité de créer de nouveaux professionnalismes adaptés et aptes à répondre, souvent, au manque structurel de la société industrielle, comme nous l'avons connu. Par conséquent, la nécessité d'une mise à jour et d'une flexibilité constante qui conduit à la mutation permanente de nouvelles figures professionnelles dans divers contextes s'impose. Ces dernières sont à peine définies comme *nouvelles*, qu'elles se voient déjà dépassées d'exigences toujours plus diverses qui conduisent à une sorte de « schizophrénie professionnelle » des opérateurs du secteur et, par conséquent, à l'émergence de figures professionnelles auparavant inexistantes. Un bon exemple est la comparaison des *médias sociaux*, avec leur *explosion* en termes d'utilisation, d'accès, et d'enregistrement. De nombreux professionnels du *Web* ont dû modifier substantiellement leurs tâches au sein de leurs contextes de travail, se réinventer

professionnellement, en raison du grand succès des *social media* et de nouvelles exigences de travail. On parle, par conséquent, d'un renouveau pour lequel le monde de l'éducation et de la formation est généralement mal préparé, ou, tout au moins, se conforme avec un retard important (Pais 2003 : 54). Le monde du travail doit, par conséquent, former directement sur le lieu de travail les figures dont il a besoin, ou les rechercher parmi les *passionnés* du secteur. La conséquence est, en général, la recherche de solutions *ad hoc* par le biais de l'emploi de jeunes personnes qui, d'une part, ont plus de familiarité avec les nouvelles technologies et de l'autre, apprennent plus rapidement. Pour cela, il est difficile d'identifier des figures professionnelles bien définies, pour lesquelles on peut distinguer des parcours de formation spécifique. Il manque une déclaration partagée des professions, pour lesquelles à des figures similaires peuvent être attribués des noms différents, et vice versa. La difficulté de tracer une cartographie des figures professionnelles opérant dans le domaine des nouveaux *médias* et dans le numérique ne dépend pas seulement de l'absence de cadrage formel, mais aussi de la pénurie de points de référence informels, de coutumes et de pratiques de diffusion. Ces nouveaux professionnels sont aussi un défi pour le système traditionnel de la négociation collective : la performance de travail n'est pas liée à la réalisation de tâches spécifiques, mais au travailleur qui est tenu d'effectuer une activité ou d'atteindre un objectif, ce qui nécessite souvent une préparation qui est très spécialisée. En conséquence, on passe du contrôle du processus de travail au produit et on crée de nouvelles contraintes concernant le régime horaire, qui n'est plus déterminé par une régularité des temps de travail, mais par les échéances de livraison des projets (Pais 2003 : 56). Pour comprendre cette transformation au sein des figures professionnelles dans le domaine des nouveaux *médias*, il faut identifier les figures professionnelles émergentes dans les contextes de référence. Les contextes de référence sont, à cet égard, les médias *sociaux*, où émergent et où on peut rechercher de nouvelles figures professionnelles.

À cet égard, de nombreux projets ont vu le jour, en particulier dans le contexte européen, afin de permettre une participation plus élevée dans le marché du travail de sujets jusque-là exclus, marginalisés, non catalogués, ou oubliés ; à travers une

tentative de construire une seule approche standardisée pour la classification des différents emplois. L'Union européenne a, en effet, mis en place un processus d'harmonisation des connaissances, des habiletés, des compétences dont les professions doivent être munies afin d'être reconnues comme telles. En particulier l'Union européenne a mis en place quatre projets : *ESCO*⁶⁹, *DISCO*⁷⁰, *EURES*⁷¹, *EU SKILLS PANORAMA*⁷²:

- *ESCO* (*European Skills, Competences and Occupations taxonomy*) est un projet qui est développé dans un contexte multilingue pour la reconnaissance des emplois, habiletés, compétences et qualifications ;
- *DISCO* est un dictionnaire (*thesaurus*) online multilingue qui recueillent des termes sur des questions qui concernent les compétences et le professionnalisme acquis dans différents contextes d'apprentissage : comme l'éducation, la formation professionnelle et le marché du travail ;
- *EURES* est le portail pour l'*European Job Mobility* destiné à développer de nouveaux services comme « *Match & Map* » : un service de *mapping* dont l'objectif est d'optimiser la combinaison des candidats aux opportunités de travail disponibles ;
- *EU SKILLS PANORAMA* vise à améliorer la capacité à évaluer et anticiper les compétences nécessaires pour aider le système éducatif et de formation professionnelle à devenir plus sensible aux exigences du marché du travail et faire correspondre la demande et l'offre de compétences dans toute l'Europe de manière plus efficace. *EU SKILLS PANORAMA* est un point d'accès stratégique aux données, à des informations et des connaissances sur les besoins en compétences dans les métiers et dans différents secteurs. En cela, une perspective européenne est offerte, en phase avec la demande et l'offre de compétences et les éventuelles insuffisances des qualifications professionnelles, diffusant également des informations sur des données nationales et les sources.

⁶⁹ <https://ec.europa.eu/esco/home>

⁷⁰ http://disco-tools.eu/disco2_portal/

⁷¹ <https://ec.europa.eu/eures/page/homepage?lang=en>

⁷² <http://euskills panorama.cedefop.europa.eu/>

Cet énorme déploiement de forces et d'énergie de la part de l'Union européenne représente un passage vers une approche centrée sur les compétences : au lieu d'essayer de décrire les qualifications par des facteurs d'*input* ou facteurs d'entrée ; le focus se porte sur les connaissances, les habiletés et les compétences acquises par les apprentis. Ceci résulte de l'*European Qualifications Framework (EQF)*. Dans l'économie post-fordiste, en fait, l'accent est mis sur le modèle de gestion des ressources humaines basée sur l'expérience qui met l'accent sur les connaissances, l'expertise, les compétences et les attitudes. Les personnes orientées vers le travail ont besoin d'atteindre les buts et les objectifs stratégiques de l'organisation et du niveau de performance dérivant, dans un second moment. (Horton, 2002).

Bien que ces projets aient favorisé un effort de faire émerger des professions, des titres de travail, des compétences et des qualifications entre les différents pays d'un point de vue sémantique, il y a peu d'études, à notre connaissance, qui ont été jusqu'à examiner quels sont les implications méthodologiques et quel est le développement à la base des emplois en Europe considérant les devoirs, les contenus et les activités de travail requises.

Les problèmes surviennent, par exemple, dans l'attribution de significations différentes qu'un travail avec un même nom peut avoir dans différents pays. Le projet *EurOccupations*⁷³ représente une nouveauté dans ce domaine : il vise à construire une *base de données* sur le *web* librement disponible, contenant de 1 500 à 2 000 des emplois les plus communs, pour examiner la similarité du contenu du travail, le niveau requis de compétences et les différents profils de compétence pour une sélection de 150 emplois parmi les huit états membres impliqués dans le projet⁷⁴.

On peut croire que le travail professionnel progresse plus rapidement que dans le passé, ce qui implique des changements importants prenant place dans le monde du travail. Les professions sont dans un processus de transformation profonde : elles ont perdu de l'importance, mais n'ont pas disparu. Dans ce cadre, les professions constituent des figures intermédiaires, incomplètes, engagées dans un lent processus de mise en œuvre, de connaissances des contenus et des pratiques

⁷³ <https://eurocc.icares.com/>

⁷⁴ Belgique, France, Allemagne, Italie, Pays-Bas, Pologne, Espagne et Grande-Bretagne.

manuelles. La recherche sociologique, ces dernières années, a porté un intérêt, en particulier sur l'approfondissement du thème des « semi-profession » et des « quasi-professions », favorisant l'observation d'une réalité composite mais qui peut compliquer le parcours par lequel le marché du travail est décrit et classé. Les chercheurs classent généralement les emplois selon le type de connaissances et de compétences requis pour effectuer une activité donnée et selon cette classification, les professions sont attribuées à une catégorie spécifique de travail. Face à tous ces changements, la réponse des institutions supra-nationales et nationales est de créer des méthodes de classification et des instruments de standardisation des professions émergentes, qui sont profondément influencés par les acteurs impliqués dans ce processus, des politiques, de l'agenda et des décisions prises à différents niveaux. Cela a des conséquences sur l'analyse des tendances du marché du travail, sur les processus de professionnalisation et sur la structure professionnelle. Nous voulons souligner, en particulier, quelles sont les procédures et les critères adoptés par les différents acteurs investis d'une certaine autorité, pour la catégorisation des professions émergentes dans la tâche de classification.

5.1.4 L'International Webmaster Association et les Skills Profiles des Professions du Web

L'International Webmasters Association (IWA)⁷⁵ est la principale organisation au monde pour les professions du web. Ses principales activités comprennent des programmes de formation supérieure pour obtenir le Certified web Professionals (CWP). Il prend également en charge un réseau mondial de sections officielles de l'IWA dans les principaux pays du monde et favorise la banque de données des membres de l'IWA pour le marché international comme « Ressource web pour les entreprises », afin que les membres puissent avoir la possibilité de mettre en œuvre des activités de networking professionnel dans des environnements locaux et internationaux et peuvent utiliser une marque d'affiliation reconnue par les

⁷⁵ <http://www.iwa.it/>

employeurs et par les clients partout dans le monde. L'un des objectifs plus importants et pour lequel l'IWA est né est sûrement l'effort de créer et de maintenir des normes universelles sur les pratiques éthiques, et professionnelles pour les professionnels du web, avec un travail de profilage et d'institutionnalisation de ces professions. En novembre 2006, l'IWA a demandé à sa succursale italienne, l'Associazione IWA Italie, l'organisation et la gestion du groupe de travail IWA Italie web Skills Profiles avec comme objectif de définir les profils et les différents parcours formatifs des professions du web.

Après cette investiture, le groupe coordonné par Pasquale Popolizio⁷⁶ a d'abord publié une série de *projets brouillons*⁷⁷ (« drafts ») puis, en juillet 2010, le groupe a publié « *la première version stable V. 1.0* », des profils professionnels du web (IWA 2010). Le groupe comprend plus de 200 collaborateurs transversaux : opérant dans différents secteurs et avec différentes compétences. L'objectif – de fait – est de faire participer au groupe de travail des professionnels qui viennent de milieux différents, tous liés, cependant, au monde du web. Les profils recherchés par l'IWA sont dédiés principalement et exclusivement, au moins pour l'instant, aux professions du web. Pour cette raison, l'une des premières mesures a été d'identifier ce qui s'entend par web afin de délimiter le champ de l'enquête et qui pourrait le faire mieux que les gens qui ont inventé le web et qui cherchent à définir les normes du web, c'est-à-dire, le World Wide web Consortium (W3C) ? Popolizio représente l'IWA au sein du W3C dans cinq groupes de travail parmi lesquels également celui portant sur l'HTML5 au-delà de l'internationalisation, du web sémantique et sur l'accessibilité du réseau. En revenant à la discussion précédente, le représentant italien de l'IWA a envoyé un e-mail à la responsable de la communication pour le W3C, en demandant de définir ce que nous entendons par web. La réponse disait qu'il était nécessaire de prendre en

⁷⁶ Au moment de l'entretien (décembre 2002), il était Vice-Président de l'IWA (International webmaster Association) Italie, Digital Strategic Planner de la Fondation IDIS, Città della Scienza de Naples, web Marketing and Accessibility "Federica" dell'Università degli Studi di Naples "Federico II". Il est aujourd'hui Coordinatore del Gruppo di Lavoro "Attività professionali non regolamentate – Figure professionali operanti nel settore ICT – Professionista web", constitué au sein de la Commissione UNINFO APNR-ICT. Popolizio a été contacté pour obtenir un entretien comme témoin privilégié.

⁷⁷ La première rencontre, s'est tenu à Naples les 17 et 18 avril 2008. Le premier *draft* sur les profils des professionnels du web sont de agosto 2008. Le second de octobre 2009. La troisième de juin 2010, à partir duquel, successivement une version stable a été inspirée *version 1.0* (IWA 2010).

considération la définition donnée dans le document officiel : « *Architecture du WWW Vol. 1* » du W3C et, par conséquent, la définition qui figure à la page 8 (W3C 2004 : 8) du document de l'IWA en Italie, sur les profils professionnels du web. À partir de cette définition, le travail des 200 professionnels a commencé. Dans ce projet, des entreprises telles que Google, Adobe, Data ; des organisations telles que l'Université de Bologne, la LUISS ; Wikimedia et des associations telles que l'AIMS (Associazione Italiana Sviluppo Marketing) en outre, bien sûr, de l'IWA ont collaboré. Ci-dessous, les étapes fondamentales du projet :

1. En premier lieu, il est recherché une définition commune du web, comme cela a déjà été souligné ;
2. Les définitions de habiletés, de connaissances et de compétences ont été formulées ;
3. Les marges d'enquêtes qui étaient intéressantes ont été définies ;
4. Le profil professionnel a été défini ;
5. Il a été décidé qu'un projet web d'une ressource web n'est pas nécessairement un site, car pour web, l'IWA vise également les web application, identifiées dans 4 domaines principaux :
 - a. Elaboration ;
 - b. Conception ;
 - c. Marketing ;
 - d. Réalisation.

Macroaree e Attività



I profili professionali del Web

stable release
vers. 1.0

luglio 2010

Figure 22 : Les 4 macro-aires et activités principales identifiées par l'IWA. Source : <http://goo.gl/UoHPZF>

Certaines sont configurées l'une au-dessus de l'autre, parce que certaines activités sont communes. Il y a une règle qui est très précise, de l'ordre temporel et l'ordre chronologique, à l'égard de l'activation de chaque activité au sein de chaque structure, qui prévoit la création d'une ressource web. Cependant, on agit par le biais d'un procédé séquentiel :

1. Naissance de l'idée ;
2. Formalisation du projet ;
3. Analyse de l'objectif ;
4. Analyse du marché ;
5. Publication des contenus.

Après avoir défini ces éléments, le groupe a travaillé sur le sens des compétences qualifiantes et le sens des compétences de développement. Après cela, il s'est agi d'identifier les profils professionnels, les macro-zones de référence et les activités qualifiantes de base ainsi que la mise à niveau à laquelle faire référence. Au début, 25 profils ont été identifiés, puis 22, ce chiffre a finalement été restreint à 17

profils publiés⁷⁸. A la suite de cette première version, deux nouvelles révisions suivront : en 2012 et en 2013.

Il faut souligner deux choses essentielles :

- I. La première est qu'il s'agit de profils non donnés, dans le sens que l'IWA Italie a travaillé sur la formalisation et la définition de la deuxième version, et ensuite des suivantes. Il s'agit d'un groupe ouvert à la contribution de tous : si quelqu'un veut se joindre en cours du travail, il est le bienvenue. De cette manière, on cherche à être attentif à ce que sont les nouvelles tendances dans le monde du web pour les décoder et les tester et d'en déduire si, d'une certaine façon, elles peuvent être appliquées à un parcours de normalisation et, par conséquent, les faire entrer dans une prochaine *release*.
- II. L'autre chose intéressante est que depuis quelques années, l'IWA, avec son travail, fait également partie du groupe européen « CEN Workshop ICT Skills » qui définit les profils professionnels des TIC (et non du web). En mars 2012, un document a été publié qui est plus qu'un *draft* : c'est un document suffisamment stable, dans lequel ont été incorporés certains profils de web définis par l'IWA en Italie. De ce point de vue, le travail du groupe italien sur les profils professionnels du web a fourni en outre, des contributions pour la définition des standards des profils professionnels européens des TIC. C'est un groupe géré par un organe de l'Union européenne, qui travaille à l'institutionnalisation des professions : le CEN⁷⁹ de Bruxelles, qui, avec ses normes techniques, devrait contribuer à la réalisation des objectifs de l'Union européenne. Cet organisme dans le document « *European ICT Skills Meta-*

⁷⁸ Web Project Manager, Account, Market Research Analyst, User Experience Designer, Functional Analyst, Db Administrator, Search Engine Optimizator (SEO), Search Engine Marketer, Community Manager, Advertising Manager, Front-end web Developer, Server Side web Developer, web Content Manager, web Content Editor, web Server Administrator, Creative Information Architect, Digital Strategic Planner.

⁷⁹ <https://www.cen.eu>

Framework » (CEN 2006), publié en février 2006, indique l'Association de IWA comme une structure, parmi les autres, recensées, en mesure de fournir des certifications sur les parcours de formation liés au secteur du web (CEN 2006 : 58).

A fortiori - soutient Popolizio – nous allons avoir une nature de standard, qui, à ce point ne fera rien d'autres que de renforcer notre travail et de celui des 200 participants.

Le 4 décembre 2012 a été publié le document « G3 web Skills Profiles Generation 3 European ICT Professional Profiles – Publication des premiers profils conformes à l'European e -Competence Framework 2.0 » (CEN/IWA 2012), qui contient les 9 premiers profils ICT européen conformes à l'European e -Competence Framework 2.0. Le document cité contient la version stable de 23 profils professionnels, uniformisés selon la directive CEN en matière de Generation 3 (G3) European ICT Profiles. Le 14 février 2013 a été publiée version 1.0 du document opérant sur le web (CEN/IWA 2013) uniformisés selon la directive CEN en matière de Generation 3 (G3) European ICT Profiles, ainsi que la meilleure façon d'utiliser ceux-là mêmes. Toujours en 2013, l'IWA a demandé, conformément à la loi 4/2013 le lancement de la normalisation du Professionnel web UNINFO⁸⁰. Le 30 juin 2014 – enfin – a été publiée la version 2.0 du document contenant 24 profils professionnels (CEN/IWA 2014), les premiers profils de la troisième génération en Europe conformes au *framework e-CF 3.0*⁸¹.

L'Association (IWA) Italie a essayé d'impliquer ceux qui ont cru que les principaux acteurs du web à une participation active dans le groupe de travail sur les *Skills Profiles* cherchant pour la participation et le partage dans une optique de *best practices* : entreprises, institutions, organisations et les professionnels qui travaillent dans le monde du web. Les *modus operandi* par mailing-liste privée, wiki privé et vidéo-conférence sont invités à participer à tous les *stakeholders*.

⁸⁰ <http://goo.gl/cWdXPp>

⁸¹ Web Community Manager, Web Project Manager, Web Account Manager, User Experience Designer, Web Business Analyst, Web DB Administrator, Search Engine Expert, Web Advertising Manager, Frontend Web Developer, Server Side Web Developer, Web Content Specialist, Web Server Administrator, Information Architect, Digital Strategic Planner, Web Accessibility Expert, Web Security Expert, Mobile Application Developer, E-commerce Specialist, Online Store Manager, Reputation Manager, Knowledge Manager, Augmented Reality Expert, E-Learning Specialist, Data Scientist.

5.2 Les professions numériques et les SMACCM

Le *Iab France* a publié une étude intéressante sur les métiers du numérique et de leur développement (*Iab France* 2015) qui suggère l'existence de professions numérique « résiduelles », « dominantes » et « émergentes ». Parmi les professions dominantes, on trouve le « *community manager* », qui, selon *le lab France*, est également une profession en évolution qui est en train de changer dans les professions émergentes, telles que le « *content manager* » et le « *social media manager* » (Fig. 23). L'objectif de la présente étude vise à explorer les changements qui ont conduit à la création de ces nouvelles professions et, en particulier, de ceux des professions liées à la gestion des médias sociaux et, en particulier, de leur contenu. Dans un premier temps, il s'agira d'explorer le champ des études et, en second lieu, nous analyserons le cas de la *Social Media Team* de *Dell* et de la figure professionnelle du *SMACCM*, qui résume en lui un peu tous les métiers impliqués dans la gestion et la production de contenu sur les médias sociaux.

EXEMPLES D'ÉVOLUTION

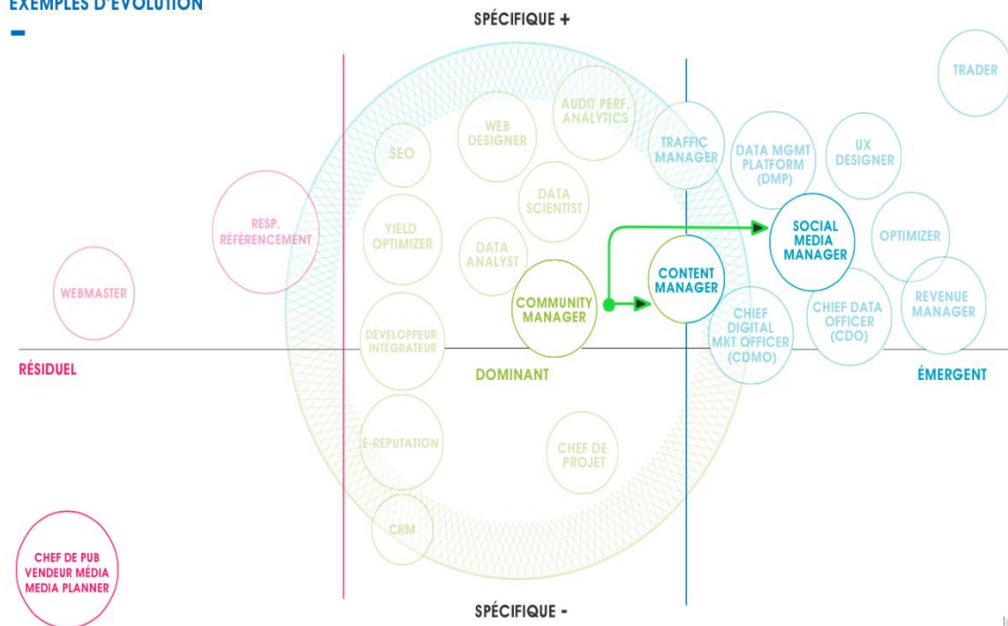


Figure 23 : une carte des professions dans les médias numériques : community manager victimes de la maturité des médias sociaux (Iab France 2015 : 32).

5.2.1 Une vue d'ensemble sur les médias sociaux

Les médias sociaux sont des applications du « Web 2.5 » (Menduni, Nencioni & Pannozzo 2011: 4) qui incluent des dispositifs tels que les blogs, les wikis, les sites de social networking (SNS), les services de partage d'images ou de vidéos, et tout *medium* dont le fonctionnement est basé sur la participation active des utilisateurs. Ces médias, de fait, permettent, et dans le même temps, sont nourris par la participation de personnes qui, par leurs actions, de production, de partage, d'échange et d'interaction, habitent ces environnements virtuels de contenu et les relations sociales construisant les réseaux sociaux. Ces derniers sont des structures composées par un groupe d'acteurs (ou ensembles d'individu ou des ensembles d'individus, des institutions et des acteurs non-humains) connectés les uns aux autres par divers liens sociaux. Il s'agit, ensuite, d'un réseau physique qui peut se référer à une communauté de travail, culturelle, sportive, religieuse. Un réseau se compose d'une série de nœuds (les individus, les groupes ou les organismes) et

des liens (les relations entre les individus, les personnes les institutions, les individus et les autres acteurs non-humains), dont la configuration interne caractérise la structure de chaque réseau.

Un réseau est un ensemble de nœuds⁸² interconnectés. Les nœuds peuvent être des variables de pertinence, et donc les nœuds qui sont particulièrement importants sont appelés « centres » dans certaines versions de la théorie des réseaux. Dans tous les cas, tout composant d'un réseau (« centres » inclus) est un nœud, dont la fonction et la signification dépendent des programmes du réseau et de son interaction avec les autres nœuds du réseau. Les nœuds augmentent leur importance pour le réseau en absorbant une quantité importante d'informations pertinentes, et en les traitant de manière efficace. L'importance relative d'un nœud ne dérive pas de ses caractéristiques spécifiques, mais de sa capacité à contribuer à l'efficacité du réseau dans la réalisation de ses objectifs, définis par les valeurs et les intérêts programmés dans les réseaux. Tous les nœuds d'un réseau, cependant, sont requis pour son exécution, même si les réseaux permettent un certain degré de redondance comme une mesure de sécurité pour un fonctionnement correct. Lorsqu'un nœud perd de son utilité pour la réalisation des objectifs du réseau, les réseaux ont tendance à se reconfigurer, supprimant certains nœuds et en ajoutant d'autres. Les nœuds existent et fonctionnent seulement comme des composants des réseaux. L'unité est le réseau, et non pas le nœud (Castells 1996 : 536 ; 2009 : 13).

À la lumière de ce qui est décrit ci-dessus, il peut être mentionné une première définition de *social network* en tant que service Web qui permet aux personnes de :

1. construire un profil public ou semi-public au sein d'un système ;
2. articuler une liste d'autres utilisateurs avec lesquels partager une connexion ;
3. visualiser et parcourir la liste des connexions de ces utilisateurs, et ceux des autres au sein du système (boyd et Ellison, 2007 : 211).

L'avènement de la connectivité diffuse et de la portabilité a conduit à la création de « *digital networks* » :

Les réseaux numériques sont globaux, puisqu'ils ont la capacité de se reconfigurer en fonction des directions de leurs programmeurs, transcendant les frontières territoriales et institutionnelles grâce à des réseaux informatiques dans les télécommunications. Ainsi, une structure sociale dont l'infrastructure est basée sur des réseaux numériques a le potentiel d'être global. La technologie des réseaux, néanmoins, et l'organisation reticulaire, sont des moyens pour adopter les tendances inscrites dans la structure sociale (Castells, 2009 : 19).

On pourrait dire avec Castells que nous vivons maintenant dans une « *global network society* ». La microélectronique a rendu accessible et applicable tout type d'appareil numérique et la connexion de ces derniers a rendu possible la construction de grands *réseau* où il a été possible d'échanger et de partager une

⁸² «Un nœud est un point sur lequel une courbe s'entrecroise elle-même. Ce qu'est en fait concrètement un noeud dépend du type de réseau auquel on fait référence» (Castells 2009: 13).

énorme quantité de données et de traiter numériquement le filtrage de l'information par le biais de l'information et des technologies de la communication.

Je considère que les structures sociales comme les structures de l'organisation des êtres humains qui entrent dans des relations de production, de consommation, de reproduction, d'expérience et de puissance, exprimés dans une communication dotée d'un sens codifié par la culture. [.] Ainsi, une structure dont l'infrastructure est basée sur des réseaux numériques a le potentiel pour être globale. La technologie des réseaux, néanmoins, et l'organisation reticulaire, sont des moyens pour adopter les tendances inscrites dans la structure sociale (Castells, 2009 : 19).

Les sites de *social networking* sont des preuves de l'organisation réticulaire à travers les technologies numériques du réseau et constituent de contribuer à la construction du tissu social dans notre société contemporaine. Des sites ou plateformes numériques tels que *Facebook*, *Twitter*, *LinkedIn*, *Google+* peuvent être définis comme des « services Web », qui permettent aux personnes d'avoir un profil public ou semi-public au sein d'un système défini, et d'y établir des connexions avec d'autres utilisateurs, de les afficher et de naviguer dans la liste des connexions de ces utilisateurs, et ceux des autres à l'intérieur d'un système de *social networking*. Plusieurs auteurs partagent une idée sur l'histoire d'Internet et du Web qui serait divisée en plusieurs phases évolutives. Dans la *Fig. 24*, nous avons ré-élaboré les schémas de divers travaux des auteurs pris en considération pour ce travail (Castells 1996 ; Boyd, 2008 : 212 ; Menduni, Nencioni & Pannozzo 2011 : 2 ; Menduni, Nencioni & Pannozzo 2011 : 2 ; Colombo 2013 : 12-20).

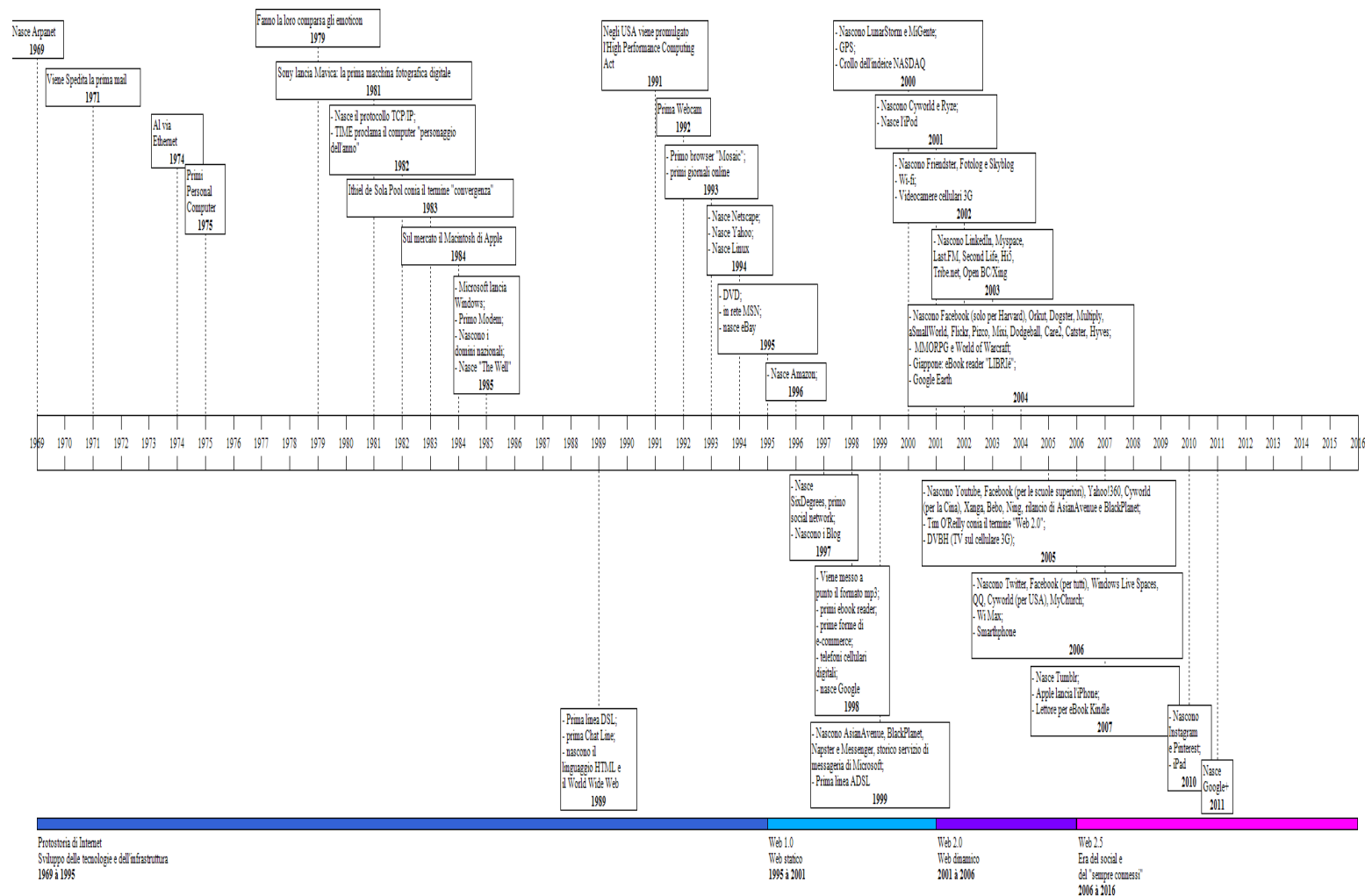


Figure 24 : une chronologie des étapes les plus importantes du développement de l'Internet : de la naissance au développement des réseaux sociaux. Source : Élaboration à partir de Castells 1996 ; Boyd, 2008 : 212 ; Menduni, Nencioni & Pannozzo 2011: 2; Colombo 2013 : 12-20).

On peut identifier quatre étapes principales⁸³:

1. La protohistoire d'Internet (1969-1995) : une phase initiale de développement des technologies numériques et de l'infrastructure (Internet) qui prendra en charge la création des premiers *navigateurs/browser* et à la construction du Web tel que nous le connaissons aujourd'hui ;
2. Le *Web 1.0* (1995-2001) : le Web statique, où pour travailler en totale autonomie, il fallait avoir des compétences techniques et connaître les langages de programmation et où on accédait aux contenus et aux services, notamment par l'intermédiaire des grands portails Internet (*Yahoo*, *AOL*, *Tiscali*, *Wanadoo*, *Virgile*, *Kataweb*, *Gratuit*).
3. Le *Web 2.0* (2001-2006) le Web dynamique, où les principales caractéristiques et différences avec son prédécesseur sont :
 - a. L'interconnectivité : il est possible d'être connecté et de faire partie de multiples et différents réseaux, et de faire nombreux commentaires grâce au support d'une grande variété de sources ;
 - b. La création et le remixage de contenus : des matériaux numériques peuvent être modifiés retravaillés, combinés ;
 - c. L'interactivité : il est possible de publier partager, commenter, discuter, des contenus dans différents formats (Greenhow, Robelia & Hughes 2009: 249).
4. Le *Web 2.5* (2006— présent) : l'ère du « social » et du « toujours connecté ». C'est un stade adulte du Web, où technologies numériques, infrastructures et contenus ont atteint une maturité qui permet l'accès et l'utilisation constante et ininterrompue des services Web et la production de leurs contenus⁸⁴ par toute personne qui bénéficie d'une connexion Internet et d'un appareil numérique lui permettant d'accéder au réseau. Les contenus sont dorénavant au premier plan, et les réseaux sociaux

⁸³ A ceux-ci, on peut ajouter le "*Web 3.0*" ("*Web sémantique*", l'Internet des choses), qui en est encore à un stade embryonnaire, à la fois au niveau conceptuel qu'au niveau de réalisation concrète.

⁸⁴ *User-generated content*.

favorisent une implication émotionnelle complète. Dans le *Web 2.5*

Il y a une qualité et une assiduité dans l'intervention du fréquentateur des médias sociaux [...] infiniment supérieur. Pendant ce temps, il n'a pas de sens de continuer à l'appeler « utilisateur » : en effet, nous sommes les utilisateurs de sa page. Nous devons l'appeler « habitant », « participant », « membre actif de la communauté ». Ensuite, il y a une interactivité beaucoup plus importante, beaucoup plus paritaire (mais jamais complètement) (Menduni, Nencioni & Pannozzo 2011: 4).

Sur le *Tableau 5* nous faisons état des principales compétences techniques et l'implication émotionnelle dans le réseau dans l'accès et l'utilisation des principaux instruments de la présence en ligne dans différentes périodes de l'évolution du *Web* (Menduni 2011 : 6).

	<i>Web 1.0</i>	<i>Web 2.0</i>	<i>Web 2.5</i>
	<i>Site Web</i>	<i>Blog</i>	<i>Réseau Social</i>
<i>Seuil d'accès</i>	Elevé	Moyen	Bas
<i>Compétences techniques spécialisées demandées</i>	Elevées	Moyennes	Basses (apprentissage avec l'usage et l'interaction avec les autres)
<i>Besoin de mise à jour</i>	Périodique	Fréquent	Elevé
<i>Modalité de communication</i>	Principalement unidirectionnelle	Principalement unidirectionnelle avec l'interaction avec les autres	Bidirectionnelle et collaborative
<i>Implication émotionnelle</i>	Nul	Important	Déterminant

Tableau 5 : Compétences techniques et implication émotionnelle dans le réseau (Menduni 2011 : 6).

On peut donner, maintenant, une définition revue de réseaux sociaux comme une « plate-forme réticulaire de communication » (Ellison & boyd 2013 : 158), caractérisée par les caractéristiques socio-techniques suivantes où les participants :

1. ont des profils identifiés de manière univoque, constitués de contenus fournis par l'utilisateur, des contenus fournis par d'autres utilisateurs et/ou de données au niveau du système ;
2. peuvent articuler librement des connexions qui peuvent être visualisées et parcourues par les autres ;
3. peuvent consommer, produire, et/ou interagir avec les flux de contenu généré par l'utilisateur qui sont pris en charge par des connexions existantes (Ellison & boyd 2013 : 158).

Bien que la gestion du contenu suppose de plus en plus de spécialistes de connaissances en informatique, on observe au contraire un investissement intellectuel personnel, une implication émotionnelle et la capacité à apprendre par rapport aux autres.

Dans ce travail, on s'appuie sur la typologie de social networks identifiée par Menduni, Nencioni & Pannozzo (2011 : 9) : « profils », « filesharing » et « mondes virtuels ». La première typologie s'appuie sur le présupposé que chaque

utilisateur doit avoir sa page personnelle qu'il doit pouvoir personnaliser comme il le souhaite. À partir de cette page, il peut chercher et interagir avec d'autres utilisateurs par le biais des services de chat, e-mail, et téléphonie VoIP. Dans le second type, ce sont les « produits » (photos, vidéo) qui sont partagés avec d'autres utilisateurs dans le canal du réseau social, qui constituent la représentation de soi/du sé et la définition de l'identité numérique. Dans la dernière typologie, les participants sont immergés dans un monde virtuel en trois dimensions dont ils font partie, par le biais d'un « avatar » qui les représente et qui leur permet d'interagir avec les autres avatars des autres utilisateurs, et de faire toutes les expériences que l'environnement virtuel leur permet d'agir et d'interagir. Selon cette typologie, les utilisateurs développent une perception différente des obligations de loyauté et de la tendance à la distorsion dans la représentation de soi-même dans les différents environnements des réseaux sociaux (*Fig. 25*). Sur les réseaux professionnels et les réseaux sont des généralistes, qui peuvent être regroupés dans la typologie « profils » ; les utilisateurs sont tenus à une loyauté assez élevée⁸⁵. Le bas correspond à la fidélité dans les réseaux de partage de fichiers où il n'est pas tenu de divulguer sa propre identité, mais ce qui compte est la forme et la substance de la collecte de contenus que l'utilisateur fournit. La tendance à la mystification de soi, cependant, est plus marquée dans la typologie de « mondes virtuels » où une expérience d'immersion dans une réalité parallèle se vit et où ils assument les rôles de personnages qui peuvent être très éloignés de notre personnalité et de notre caractère (Turkle 1994 ; 2005 ; 2011 ; 2012 ; Menduni, Nencioni & Pannozzo 2011 ; Colombo 2013 de Stella & al. 2014).

⁸⁵ En particulier, dans les réseaux professionnels où on risque sa réputation professionnelle et, parfois, sur le même lieu de travail ou le futur travail.

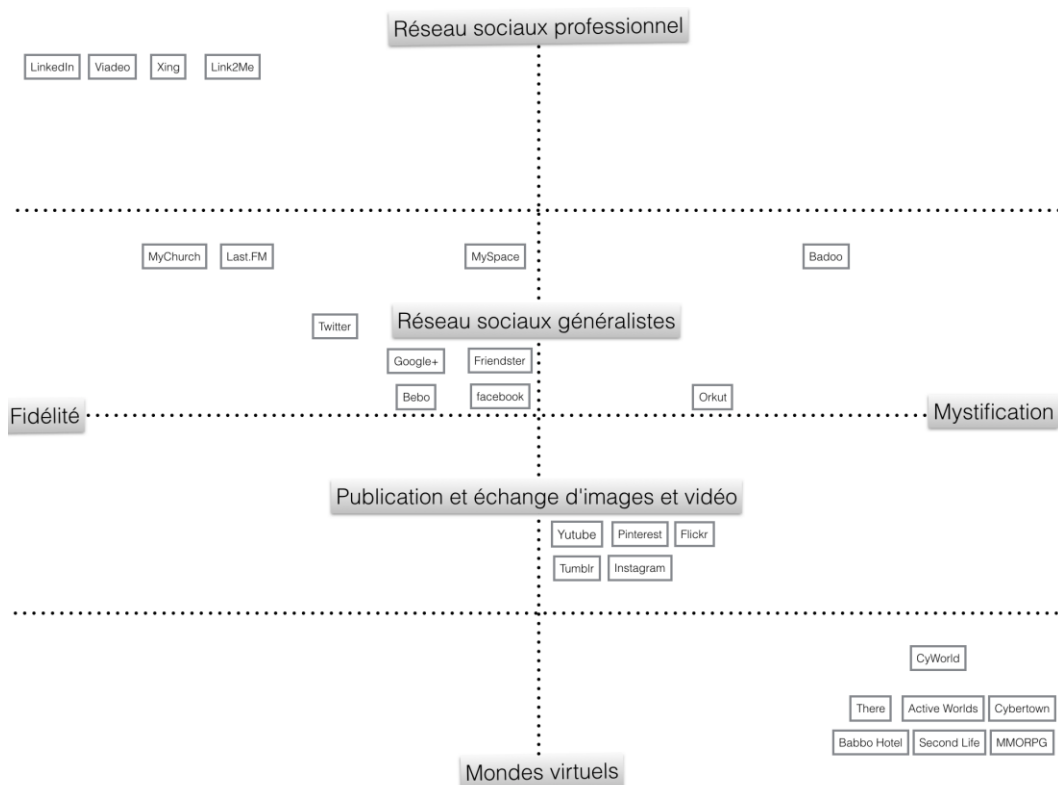


Figure 25 : Obligations de loyauté et tendance à la mystification dans la représentation de soi sur les différents réseaux sociaux. Source : Ré-élaboration de Menduni, Nencioni & Pannozzo 2011 : 138.

5.2.2 Le contexte global et les médias sociaux en Italie et en France

Pour donner une idée de l'évolution des médias sociaux et de leur pénétration et la diffusion au niveau global, nous avons repris et présenté ici dans une série de données recueillies dans une publication périodique⁸⁶ de « *We are Social* » (A), une *global conversation agency*⁸⁷ créé en 2008⁸⁸. En ce qui concerne les données sur la population nous avons utilisé les dernières données disponibles du *United States Census Bureau*⁸⁹ mises à jour en février 2014. Pour les données sur les utilisateurs d'Internet, nous avons repris les dernières donnée disponibles du

⁸⁶ Ils ont chacun un publié un rapport, et au cours de l'année, plusieurs mises à jour.

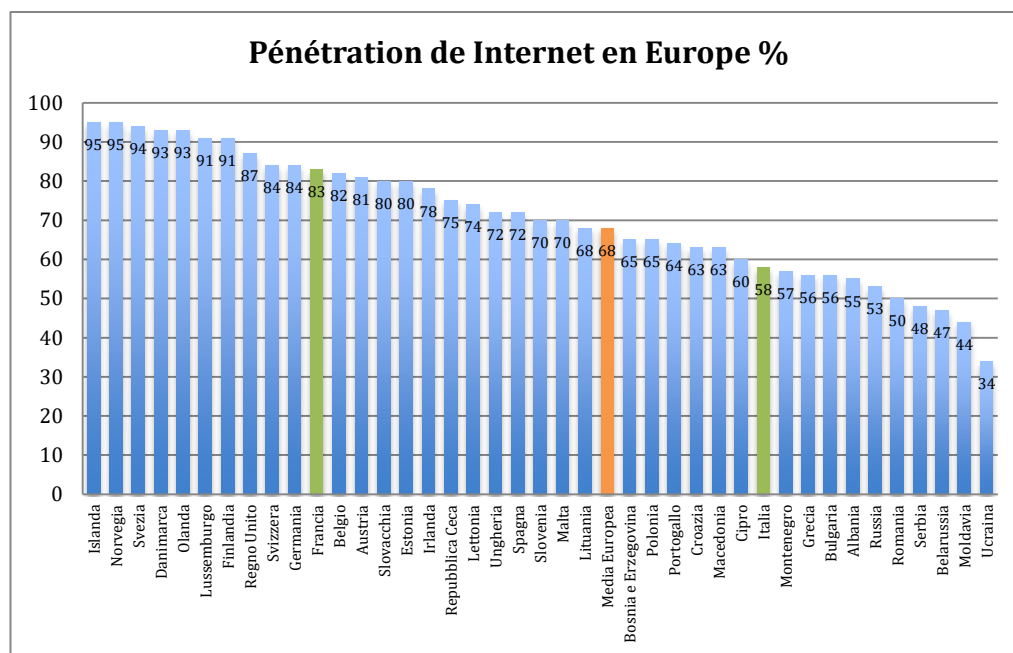
⁸⁷ Un nouveau type d'agence qui combine l'analyse des social media avec les compétences de communication, marketing et *digital PR*.

⁸⁸ <http://wearesocial.it/chi-siamo/>

⁸⁹ <http://www.census.gov/>

*InternetWorldStats.com*⁹⁰, mises à jour en février 2014 et du *GlobalwebIndex Wave 12*⁹¹. En ce qui concerne les données sur les utilisateurs des social media qui ont été mises à jour en février 2014, nous les avons reprises de *Facebook*, *Google+*, *Qzone*, *Sina Weibo*, *Tencent Weibo*, *Twitter*, *Vkontakte* et du *GlobalwebIndex's Active Usage : Social Platforms*. Les données des utilisateurs mobiles mises à jour en février 2014 ont été reprises de *l'Ericsson Mobility Report* de novembre 2013, de *l'International Telecommunication Union (ITU)*, de la *GSM Association* et de la *CIA Government Factbook*, du *GlobalwebIndex's Active Usage : Social Platforms* et de *Google's Our Mobile Planet Report*⁹² de Mai 2013.

Dans ce paragraphe, nous mettrons également en avant les données de la France et de l'Italie, en montrant les points de convergence et de divergence entre les deux Pays qui, par rapport à la population totale et au taux de pénétration des médias sociaux dans le tissu social, peuvent faire l'objet de comparaison par rapport à des médias sociaux⁹³.



⁹⁰ <http://www.internetworldstats.com/>

⁹¹ <http://www.globalwebindex.net/>

⁹² <https://www.consumerbarometer.com/en/>

⁹³ La France compte environ 66 millions d'habitants, l'Italie en compte 61 millions. Pour le taux de pénétration des médias sociaux en France et en Italie, on se réfère aux données affichées sur la Fig. 27 du présent travail.

Figure 26 : Pénétration d'Internet en Europe. Données en %. Source : US Census Bureau, InternetWorldStats, (WAS 2014: 45).

Le taux de pénétration d'Internet en Europe montre de grandes disparités : de 95 % en Islande et Norvège à 34 % en Ukraine. La moyenne européenne est de 68 %, le double de la moyenne mondiale (34 %). La différence entre la France et l'Italie, apparaît également importante, où la France est à 83 %, parmi les premiers, tandis que l'Italie est parmi les derniers avec 58 %, bien en dessous de la moyenne européenne⁹⁴.

<i>Nation</i>	<i>Accès d'un ordinateur portable/de bureau moyenne/h</i>	<i>Accès à partir d'un dispositif mobile moyenne/h</i>
Pologne	4,8	1,8
Russie	4,8	1,4
Italie	4,7	2,2
Suède	4,2	1,4
France	4,1	1,4
Royaume-Uni	4,1	1,6
Espagne	4	1,8
Allemagne	3,7	1,6
Pays-Bas	3,7	1,4
Irlande	3,7	1,9

Tableau 6 : Temps passé sur Internet. Nombre moyen d'heures passées par les utilisateurs sur Internet chaque jour. Source : Global/webIndex, (WAS 2014 : 47).

⁹⁴ Environ 55 millions de personnes en France, et environ 36 millions de personnes aux Etats-Unis (WAS 2014: 138).

Par rapport au temps moyen passé sur Internet la situation change : les italiens sont parmi les premiers avec une moyenne d'environ cinq heures, les français, quant à eux, passent près de quatre heures en ligne.

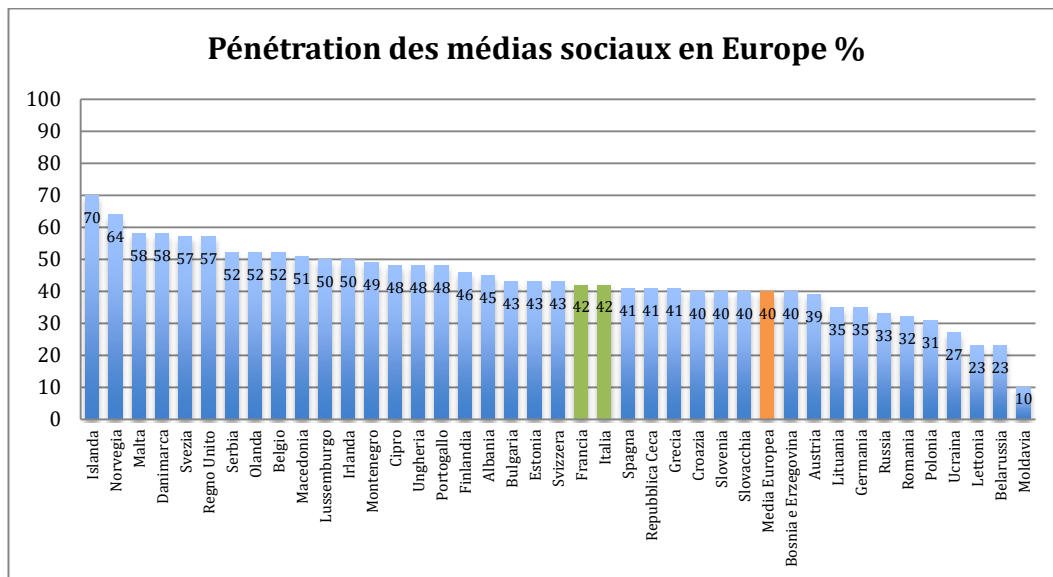


Figure 27 : Pénétration des médias sociaux en Europe. Données en %. Source ; US Census Bureau, Facebook⁹⁵, VKontakte (WAS 2014: 49).

Quant à la pénétration des médias sociaux dans les pays européens, nous pouvons observer que dans ce cas également, la situation montre de fortes disparités entre des pays, comme l'Islande (70 %) ou la Norvège (64 %), et des pays comme la Moldavie (10 %) et la Biélorussie (23 %). La moyenne européenne est de 40 %, par rapport à une moyenne mondiale de 26 %. La France et l'Italie ont le même niveau de pénétration des médias sociaux dans le tissu social, légèrement plus élevé que la moyenne européenne (42 %). Dans l'utilisation des « *virtual social networks* » sur une échelle de 1 (non utilisés) à 7 (largement utilisé), selon une étude du *World Economic Forum* (WEF 2013), la France se trouve à la cinquante-quatrième place avec un *score* de 5,9 points et l'Italie est à la soixante-cinquième place avec un *score*, presque égale à 5,8 points.

Nation	moyenne/h
Italie	2
Russie	1,9
France	1,7
Irlande	1,7
Pologne	1,6
Royaume-Uni	1,6
Espagne	1,5
Suède	1,4
Pays-Bas	1,3
Allemagne	1,3

Tableau 7 : Temps passé sur les médias sociaux. Nombre moyen d'heures par jour passées par les utilisateurs sur les médias sociaux (tous canaux confondus). Source : Global/webIndex, (WAS 2014 : 51).

En 2014, la moyenne de temps passé sur les médias sociaux par jour est de 2 heures et 29 minutes par utilisateur en Italie est d'une heure et 29 minutes par utilisateur en France avec une différence remarquable de l'heure exacte dans les habitudes des utilisateurs des deux pays voisins.

Les utilisateurs actifs de Facebook sont presque équivalents entre la France et l'Italie⁹⁶ avec le même taux de pénétration de Facebook dans les deux Pays⁹⁷.

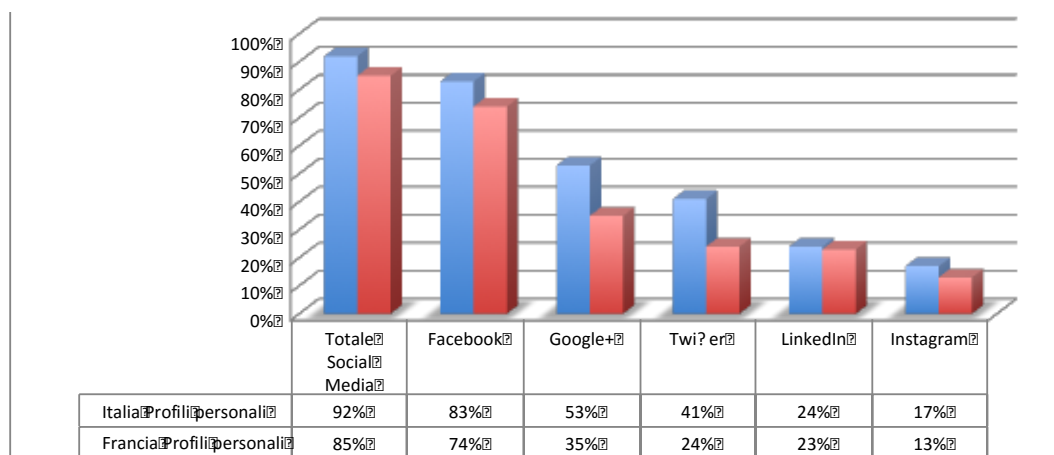


Figure 28 : Fonte : US Census Bureau, InternetWorldStats, CNNIC, Tencent, Facebook, Vkontakte, ITU, CIA (WAS 2014: 66, 127).

L'utilisation des médias sociaux, enfin, est plus élevée en Italie (92 %) qu'en France (85 %), en dépit de 30 millions d'utilisateurs du réseau en France. Le média social le plus fréquenté est, de loin, *Facebook*, suivi par *Google+*, *Twitter*,

⁹⁶ 28 millions d'utilisateurs actifs sur Facebook en France, et 26 millions d'euros en Italie (WAS 2014: 63, 124).

⁹⁷ 42% sur les deux nations (WAS 2014: 63, 124).

LinkedIn et *Instagram*. Dans tous les cas, le nombre de profils personnels est plus important dans le cas italien que dans le cas français.

5.2.3 L'analyse de la recherche sur les profils professionnels des SMACCM sur LinkedIn et Viadeo.

Nous avons recherché, dans la littérature, le plus grand nombre de sources et recherches sur le terrain à propos des figures professionnelles des *SMACCM* et nous avons trouvé certaines études provenant d'agences et d'organismes privés qui opèrent d'une manière particulière dans le secteur du marketing, mais nous n'avons pas trouvé d'étude systématique venant d'établissements accrédités (institutions publiques, bureaux de statistiques, universités, centres de recherche).

Pour ne citer que quelques-unes de ces recherches :

- pour les *Etats-Unis*, le « *Report State of Community management* », un sondage annuel, de *Community Roundtable*, une organisation qui prend soin de la connaissance et de la diffusion de la diffusion du community management, sur un échantillon de 206 *community manager* aux *Etats-Unis*⁹⁸ pour 2015 ;
- pour la France « *les community managers en France* », un sondage annuel de *RegionsJobs*, un *jobboard*, un site de recherche d'emploi, sur un échantillon en 2015 de 623 *community manager* français⁹⁹;
- pour l'Italie, un sondage de *l'Université de Salerne* dans le *Projet « WEB IRRadiando »*,¹⁰⁰ dans la continuité d'un précédent sondage¹⁰¹ mis en place par des indépendants (*Franz Russo, Freedata Labs Web in Fermento*), sur un échantillon de 300 *community manager* italiens en

⁹⁸ <http://www.communityroundtable.com/research/the-state-of-community-management/state-community-management-2015/>

⁹⁹ <http://www.blogdumoderateur.com/enquete-cm-2015/>

¹⁰⁰ <http://www.franzrusso.it/condividere-comunicare/ecco-il-profilo-del-community-manager-in-italia-nel-2013/>

¹⁰¹ <http://www.franzrusso.it/condividere-comunicare/il-community-manager-in-italia-ecco-i-dati-del-sondaggio-infografica/>

2013, où le questionnaire a porté uniquement sur certains aspects : l'âge, le sexe, la ville dans laquelle le CM, community ou industrie : *B2B* ou *B2C*, type d'entreprise dans lequel le CM travaille, les heures de travail par semaine, les médias sociaux les plus utilisés, les éléments de réussite d'une campagne, les activités les plus utilisées et le gain¹⁰².

Ces recherches sont spécifiquement *marketing oriented* et sont bien lointaines de l'approche du présent travail. Ayant pris acte de l'existence de ces recherches, et à la lumière des données sur les médias sociaux présentés précédemment, nous avons extrait, grâce au logiciel *NVivo* et pour le traitement des données avec *SPSS*¹⁰³, une centaine de profils sur les réseaux sociaux professionnels *LinkedIn* *Viadeo* de professionnels qui se présentent comme des « social media manager » ou « gestionnaire des médias sociaux ». *LinkedIn* est le plus grand « réseau professionnel » du monde (Menduni, Nencioni & Pannozzo 2011: 78) et *Viadeo* est son corrélatif français (Menduni, Nencioni & Pannozzo 2011: 79). Le 22 mars 2011 *LinkedIn*, a annoncé via son blog officiel avoir atteint les 100 millions d'utilisateurs¹⁰⁴. Le 29 octobre 2015 sur le même blog, on annonce en avoir atteint quatre cents millions¹⁰⁵. *LinkedIn* est présent dans plus de deux cents pays dans le monde. En Italie, on compte environ 8 millions d'utilisateurs en France environ 9 millions, avec une pénétration de 13,26 % en France pour 12,57 % en Italie (Socialbaker 2016). Le 12 mai 2015 *Viadeo* annonce avoir atteint dix millions d'utilisateurs en France et soixante cinq millions d'utilisateurs dans le monde¹⁰⁶.

¹⁰²

https://docs.google.com/forms/d/1AtCcGUAFaHcYLToD6-_NCFP0kbkYf8suh-BbgOljRAI/viewform?formkey=dEFEd3lsN0x4UGDsQlQwakxqY2djTHc6MQ

¹⁰³ *SPSS* (*Statistical Package for Social Science*) di proprietà *IBM* è uno dei software di analisi ed elaborazione di dati quantitativi più utilizzato al mondo. Dans cette recherche, on a utilisé la version 21.

¹⁰⁴ Source : <http://blog.linkedin.com/2011/03/22/linkedin-100-million/>

¹⁰⁵ Source : <http://blog.linkedin.com/2015/10/29/400-million-members/>

¹⁰⁶ Source : <http://archive.wikiwix.com/cache/?url=http%3A%2F%2Fcorporate.viadeo.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2015%2F05%2FCP-Viadeo-10M-membres-VF-FR-1.pdf>

LinkedIn Users

DataMediaHub

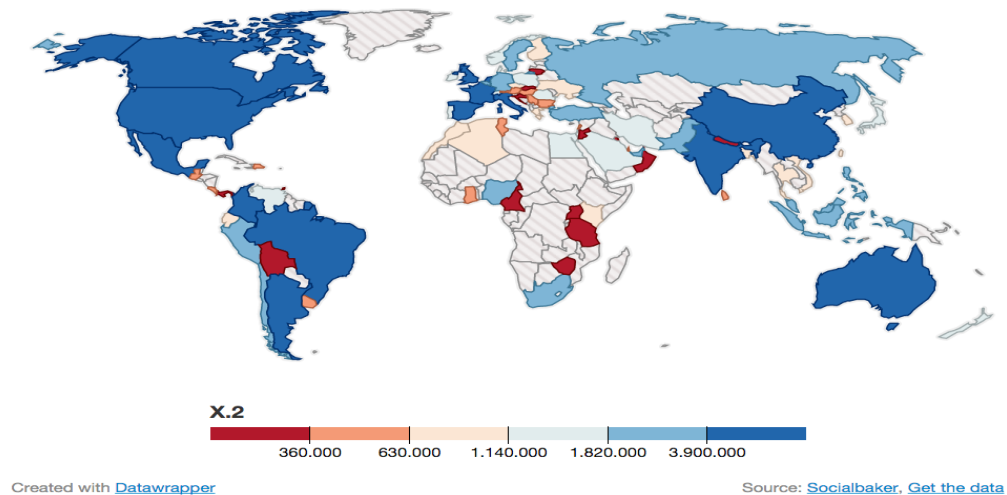


Figure 29 : Utilisateurs de LinkedIn dans le monde. Source : Socialbaker, 2016.

Ces deux plateformes de réseaux sociaux sont pour les chercheurs en sciences sociales qui traitent des professions et du travail une énorme *base de données* à explorer. Les profils individuels des professionnels, qui à la recherche de nouvelles opportunités d'emploi, s'inscrivent gratuitement à l'un des ces services en ligne et construisent leur page avec attention et en détail ; pour un chercheur, ces informations peuvent être une source inépuisable d'informations et de données de première main sur la formation et les professionnels, sur la représentation de soi et sur la perception des autres dans un monde social comme celui qu'est un média social professionnel sur l'émergence de nouveaux professionnalismes. Les profils, en général, répondent déjà à de nombreuses questions qui seraient posées avec d'autres instruments de recherche comme un questionnaire structuré.

in Cerca persone, offerte di lavoro, aziende e altro...

Home Profilo Rete Lavoro Interessi

MBA Degree in Switzerland - Designed for No Career Interruption. Rochester-Bern EMBA. G

Antonio Pineda Sequera 1°

Social Media Community Manager

Montpellier, Francia | Informatica e servizi

Attuale Dell

Precedente Dell, Hoteles Casas y Palacios de España

Formazione IUTAJ S

Invia un messaggio

244 collegamenti

https://fr.linkedin.com/in/antonio5/it

Informazioni di contatto

Percorso professionale e accademico

Esperienza

Community Manager - SMaC SOS EMEA at Dell

Dell

febbraio 2012 – presente (4 anni 2 mesi) | Linguadoca-Rossiglione, Francia

Community Manager - SMaC SOS EMEA at Dell

Social Media & Communities Professional

LISTEN to conversations regarding Dell support in Social Media Community (SMaC), ENGAGE with customers on their positive and negative experiences with Dell and RESOLVE customer issues where applicable to make a positive impact to the customer experience and NPS score. Administrator of Dell Forums, Community site and Administrator of Enterprise Support Account for Spanish speaking countries on Twitter (Spain and LatinAmerica). Reporting and proactive publications following Roadmap. Co-Administrator of Facebook page for Dell Spain.

► 4 riconoscimenti e premi

Enterprise Technical Support Specialist

Dell

dicembre 2007 – febbraio 2012 (4 anni 3 mesi) | Linguadoca-Rossiglione, Francia

Figure 30 : Exemple de profil LinkedIn d'un SMACCM de Dell.

Souvent, par le biais d'une analyse de contenu des profils, il est possible de dépasser le questionnaire parce que les médias sociaux et les profils personnels sont des lieux « vivants » d'interaction (Casilli 2010) où des collègues, des amis, ou juste des connaissances, ou des étrangers peuvent laisser une trace de soi à travers des messages dans le chat privé ou dans les commentaires d'articles

publiés sur un certain profil et, plus simplement encore, où ils peuvent exprimer des opinions personnelles par le biais d'un « *endorsement* » vis-à-vis des autres membres de leur entourage, des gens qui font partie des contacts personnels : ils peuvent ainsi témoigner, ainsi, des compétences des autres qui habitent ce lieu quand ils sont offline.

Executive Escalations Sr. Manager

Dell

febbraio 2010 – febbraio 2012 (2 anni 1 mese) | Montpellier, Francia



Within the EMEA Customer Services organization, I have successfully managed the Executive Escalations department (30 people) handling highly escalated cases from Consumer and SMB customers, resolving over 50 cases/week.

In parallel I also lead the Global Executive Escalations team with dotted line team members worldwide for a total of 115 collaborators (managers and specialists).

► 1 riconoscimento o premio

▼ 3 segnalazioni, tra cui:



Debbie Kneller

Premier Field Engineering Director at Mi...

I have worked with Giovanni both as his Manager and as a business partner. Giovanni has a rich experience of delivering... Visualizza ↓



John Sheahan

Head of EMEA Sales Operations at Dat...

Giovanni is a very professional, knowledgeable and results driven leader. His multilingual skills are extraordinary. He has... Visualizza ↓

1 altra segnalazione ↓

Figure 31 : Exemple d'endorsement/recommandation sur LinkedIn.

La Fig. 31 montre un exemple d'endorsement/recommandation sur la page d'accueil d'un profil *LinkedIn*. La Fig. 32 montre les endorsement complets une fois cliqué sur « 1'autre recommandation » (Fig. 31).

Global Social Media Senior Manager

Dell



Jason Duty

Director Services Sales at Dell Inc

“ Giovanni is an experienced and talented customer service professional, people manager, and social media practitioner. We have worked together for several years, and his ability to establish a vision for his organization and rally the troops around business goals and action plans is outstanding. Feedback from his teams validate that he's a strong leader that develops his... **altro**

6 marzo 2013, Jason è stato superiore di Giovanni presso Dell



Chandra Venkatesan

President at Chandra Consulting

“ Giovanni is a results oriented person who uses his creativity in solving problems. His teams swear by him and he has a loyal following everywhere he goes which indicates the managerial skills that he brings to bear. He is accountable for his results and always shares the credit with the team. Great person to have on any team.

6 marzo 2013, Chandra è stato superiore di Giovanni presso Dell

Executive Escalations Sr. Manager

Dell




Debbie Kneller

Premier Field Engineering Director at Microsoft













“ I have worked with Giovanni both as his Manager and as a business partner. Giovanni has a rich experience of delivering solutions to customers that are based on empathetic understanding of their issues and concerns, balanced with legal and cost aspects of this business. Based on this deep understanding of customer needs, he personally built the Social Media capability... **altro**












6 novembre 2014, Debbie è stato superiore di Giovanni presso Dell












Figure 32 : Exemple de recommandation sur LinkedIn.












 **Competenze**











Competenze principali










7 Networking +            










6 Social Media +           









6 Social Media Measurement +           









6 Community Development +           









5 Community Management +          

4 Community Outreach +         

4 Réseaux sociaux +         

3 IT Management +        

3 SharePoint +        


2 Servers +        

Altre competenze di Antonio

2 Serveurs + **1** Storage + **1** Stockage + Tourism Management +

Tourism + Radian6 + Management + WordPress + Prestashop +

WooCommerce +

 **Lingue**

Espagnol
Conoscenza madrelingua o bilingue

Français
Conoscenza madrelingua o bilingue

Anglais
Conoscenza professionale completa

Figure 33 : Exemple de reconnaissance de la part de ses contacts sur LinkedIn.

Sur la Fig. 33 on montre la reconnaissance sociale des compétences sur *LinkedIn* : ses propres contacts peuvent valider une ou plusieurs compétences qui ont été sélectionnées par l'utilisateur quand il a construit son propre profil ou qui ont été ajoutées en cours de route.

De cette façon, les professionnels peuvent construire leur identité professionnelle, numérique et commencer à gérer leur réputation en ligne dans ces environnements

technologiquement denses (Jauréguiberry 2000; Boyd, 2013; Boyd Et Ellison, 2008; Georges 2009; 2010; Merzeau 2009; Granjon Et Denouël 2010).

<i>Sexe</i>	<i>Age</i> %		<i>Nationalité</i>		<i>Média social professionnel</i>	
	%					%
		23-29 28				
Masculin	52	30-37 54	Italiens	51	LinkedIn	54
Féminin	48	38-46 18	Français	49	Viadeo	46
Total	100	100		100		100

Tableau 8 : Distribution de l'échantillon par sexe, âge, nationalité, et média social professionnel.

Grâce à une simple recherche d'une profession sur la plateforme de réseau social, on peut obtenir des centaines de profils professionnels de manière complètement aléatoire. Le seul critère, de fait, de sélection des profils est l'indexation des algorithmes du réseau professionnel qui montre les résultats obtenus après avoir sélectionné au hasard tous les profils. Il s'est agi ensuite de faire un tri spécifique sur tous les profils enregistrés dans la base de données récupérées, ce qui représente l'échantillon de la présente recherche. Nous avons ensuite réalisé, alors, une recherche de profils professionnels par le biais de mots-clés : “social media manager” sur *LinkedIn*, et “gestionnaire des médias sociaux” *Viadeo*. Par la suite, les 100 premiers profils ont été sélectionnés. Pour la sélection des profils, un certain nombre de critères ont été utilisés : le sexe, la distribution des profils entre *LinkedIn* et *Viadeo* et les profils d'italiens et de français, comme on peut le lire sur le *Tableau 8*. Nous avons pris en considération, enfin, les profils des personnes nées dans la période 1970-1993, en distinguant trois groupes d'âge où il est clair que la prépondérance de la tranche d'âge se situe entre 30 et 37 ans soit 62% de l'échantillon qui est compris entre 23 et 37 ans : ceci montre comment les professions émergentes, qui fonctionnent grâce à l'utilisation et l'analyse des médias sociaux, dans les deux cas (l'Italie et la France), sont occupées de façon particulière, par des “jeunes adultes” qui ont une certaine familiarité avec ce monde, où la différence de génération, est un facteur déterminant très important (De Felice 2011 : 15).

<i>Formation</i>	<i>Triennale/ Licence</i>	<i>Première année de spécialisation/ Master</i>	<i>Seconde année de Spécialisation/ Master</i>	<i>Master Professionnel</i>	<i>Total</i>
	%	%	%	%	%
Lettres/Langues	16	11	10	2	9,75
Sciences					
Politiques/Histoire/Philosophie	9	10	8	1	7
Sociologie/Science de la communication (Info-Com)	33	24	19	5	20,25
Management/Marketing	20	23	23	13	19,75
Aucun	0	0	40	77	29,25
Autre	22	32	0	2	14
Total	100	100	100	100	100

Tableau 9 : Parcours de formation des SMACCM.

La plupart des *SMACCM*, comme indiqué sur *le tableau. 9*, ont terminé leurs études universitaires de premier niveau avec l'obtention d'une licence et la première année de *laurea specialista* en Italie (Master 1 en France), 40% de l'échantillon ne sont pas inscrits à la deuxième année de spécialisation (Master 2 en France), et 70% n'ont pas de master professionnel¹⁰⁷, et seulement trois personnes ont obtenu un doctorat d'université. Environ 20% de l'échantillon a fait des études dans le champ disciplinaire de la sociologie et de la science de la communication, et 20% est titulaire d'un baccalauréat en management et en marketing; environ 10% a obtenu un diplôme en lettres et en langues étrangères et 7% en science politique, histoire et philosophie. 37% de l'échantillon, donc, est diplômé dans les disciplines liées aux sciences humaines et sociales. Ces dernières impliquent un degré élevé de familiarité dans le fait de traiter et de gérer des contenus sur le web et plus précisément, des contenus textuels. Le web - de fait – n'est plus un lieu réservé aux seuls programmeurs techniques et experts d'informatiques. Autrement dit, aux professionnels qui travaillent à *l'intérieur* sur le code, développant et modifiant les bases du réseau (le “code informatique”) s'ajoutent de nouvelles figures capables de se débrouiller *au delà* du code, créant et s'occupant des contenus, gérant les relations et les réseaux, planifiant des campagnes de *publicité*, en interprétant les données de navigation, et les conversations, optimisant la visibilité sur les moteurs de recherche et les médias

¹⁰⁷ Diplôme de type universitaire accessible après l'équivalent d'un Master 2 en Italie.

sociaux, développant moins les structures et plus les expressions. Nous sommes, de fait, face à un “code humaniste” (Xhaet 2012), qui ne se présente pas comme un simple algorithme intermédiaire du résultat final, mais est directement contenu, construit par des professionnels dans une modalité “WYSIWYG”¹⁰⁸. Le web, par conséquent, qui est désormais entendu comme un réseau de personnes, et plus comme un réseau d'ordinateurs, a permis l'accès, l'utilisation, la modification et la création de contenu pour les non-initiés.

<i>Ville</i>	<i>Triennale/Licence</i>	<i>Première année de spécialisation/Master</i>	<i>Seconde année de Spécialisation /Master</i>	<i>Master Professionnel</i>	<i>Travail actuel</i>
	%	%	%	%	%
Rome	10	9	9	8	18
Milan	4	3	2	4	12
Bologne	7	7	6	2	10
Turin	4	4	4	1	3
Naples	6	5	3	1	3
Autres villes Italie	16	12	14	2	10
Paris	14	17	17	0	30
Autres villes France	25	11	8	1	14
Autres villes pays anglo-saxons	2	3	5	2	0
Aucune	12	29	32	79	0
Total	100	100	100	100	100

Tableau 10 : Distribution de l'échantillon par ville d'étude et de travail des SMACCM.

En ce qui concerne l'origine géographique et la distribution des *SMACCM* en France et en Italie, on trouve des données intéressantes. Dans le *Tab. 10* nous avons indiqué les villes italiennes et françaises où les *SMACCM* ont étudié et où ils travaillent actuellement. On remarque immédiatement une disparité entre la situation italienne et la française : si, en Italie, le paysage semble fragmenté, entre Rome et les principales villes du Nord, à la seule exception de Naples, au Sud ; en France, il est clair qu'il y a une centralisation sur Paris, qui est le principal centre

¹⁰⁸ *What You See Is What You Get* (ce que vous voyez est ce que vous obtenez) est un acronyme utilisé en informatique pour désigner ces applications ou interfaces qui permettent de visualiser et de travailler sur les contenus sans passer par un langage de programmation.

d'attraction pour la formation du futur *SMACCM*, mais aussi et surtout pour leur emploi.

<i>Profession</i>	<i>Précédent</i>	<i>Actuel</i>
	%	%
Social Media Manager	21	72
Community Manager	11	10
Social Media & Community Manager	0	4
Marketing & Social Media Manager	9	5
Project Manager/Assistant	15	1
Web Content Manager	7	3
Responsable de la communication	7	2
Digital Strategist	2	2
Web Rédacteur/Journaliste/Blogueur	13	1
Commercial	4	0
Enseignant/Chercheur	5	0
Autre	6	0
<i>Total</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Tableau 11 : Professions indiquées sur les profils LinkedIn et Viadeo des *SMACCM*.

Construire un profil professionnel sur une plateforme de réseaux sociaux comme *LinkedIn Viadeo* signifie *tout d'abord*, “se présenter soi-même” (Goffman 1969; Jaureguiberry 2000; Merzeau 2009; Georges 2009; Perea 2010; Granjon Et Denouël 2010; Amossy 2015) et, par conséquent, s'auto-percevoir, s'auto-définir, se raconter : se donner une identité. Lorsque les professionnels s'inscrivent sur l'une de ces plates-formes, de fait, ils sont dans l'obligation de publier tous les renseignements personnels du dossier et de préciser au minimum le rôle professionnel qu'ils occupent à ce moment-là. Dans le *Tab. 11* nous avons reconstruit le cadre général de la “définition du je professionnel” (Perea 2003a; 2003b; Vanhulle 2005), qui émerge de l'analyse des profils des *SMACCM*. Comme on peut le voir, il y a encore 14% des *SMACCM* qui se définissent comme “community manager”, tandis que 77% aujourd'hui se définissent eux-mêmes comme “social media manager” : cette information est intéressante car elle représente une évolution de la *Fig. 23* où le community manager est considéré comme une figure professionnelle “dominante” et le “social media manager” comme une profession “émergente”. On peut faire valoir, par conséquent, que le community manager est dorénavant une figure presque “résiduelle”, tandis que le gestionnaire de médias sociaux s'affirme lui-même comme une profession dominante dans le panorama

des “professions numériques” (Iab France 2015 : 32). Les données du travail précédent confirment l'origine des différents *SMACCM* qui marque, en particulier, deux environnements différents : d'un côté, les sciences humaines et sociales, et de l'autre, le management et le marketing.

<i>Environnement professionnel</i>	<i>Précédent</i>	<i>Actuel</i>
	%	%
Marketing	15	28
Social Media	21	16
Moyen	2	5
Édition/Journalisme	13	10
Sport	10	10
Educazione	9	5
Communication publique	5	4
Automobile	3	4
Alimentation	4	4
Informatique	1	2
Mode	8	2
Tourisme	1	1
Banque	1	1
Autre	7	8
<i>Total</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Tableau 12 : Environnement professionnel indiqué sur les profils LinkedIn e Viadeo des *SMACCM*.

Sur le *Tableau 12*, on voit que les environnements professionnels privilégiés par les *SMACCM* sont l'édition et le journalisme, l'éducation et la mode, d'une part, et de l'autre, le marketing. Une proportion importante (21% pour le travail précédent et 16% pour l'actuel) travaille avec des entreprises qui offrent des services de médias sociaux, ou de gestion, de fonctionnement et de manutention; il est intéressant aussi de jeter un regard sur les données à propos du sport qui semble être un domaines de tendance.

Il est évident aussi que l'identité professionnelle des *SMACCM* est essentiellement fragmentaire et liée à l'environnement de travail d'appartenance : on trouve des *SMACCM* dans le domaine de la mode, de la communication publique ou du tourisme. Là où les compétences technico-informatiques de l'information peuvent être utilisées en toutes circonstances, au contraire, il n'est pas possible, dans gérer dans le même temps, et même dans l'ensemble de la vie professionnelle d'un *SMACCM*, des contenus multiples d'environnement professionnels divers comme ceux énumérés ci-dessus qui sont très éloignés les uns des autres (Ferrari 2014 ;

2015a ; 2015b ; 2015c). Un *SMACCM* qui travaille dans la mode pourra difficilement gérer la page *facebook* d'une entreprise d'informatique.

<i>Secteur</i>	<i>Actuel</i>	<i>Précédent</i>	<i>Total</i>
	%	%	%
Public	9	12	10,5
Privé	91	88	89,5
<i>Total</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Tableau 13 : Appartenance professionnelle par secteur indiquée sur les profils LinkedIn e Viadeo des SMACCM.

Sur le *Tableau 13* il est clair que la quasi-totalité de l'échantillon travaille dans le secteur privé pour les entreprises, le secteur public, cependant, emploie environ 10% des *SMACCM*.

<i>Compétences</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>Total</i>
	%	%	%	%
Social Media Marketing	31	20	13	21,33
Social Media	10	12	22	14,66
Community Management	8	12	3	7,66
Content Management	8	4	15	9
Édition/Journalisme/Blogs	21	24	20	21,66
Communication/Relations publiques	7	4	8	6,33
Digital Strategy	0	7	7	4,7
Project Management	3	6	6	5
Office/Adobe Suite	9	4	3	5,33
Autre	3	7	3	4,33
<i>Total</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Tableau 14 : Compétences indiquées sur les profils LinkedIn et Viadeo des SMACCM.

Dans les trois premières compétences indiquées par les *SMACCM* sur leurs profils *LinkedIn* et *Viadeo* il est possible d'identifier les plus citées – grâce au *Tableau 14* – parmi lesquelles la principale est le social media marketing et les deuxièmes et troisièmes compétences sont l'édition, le journalisme et le blogging. Il apparaît, par conséquent, ici aussi, une dichotomie entre deux mondes, le monde du management et du marketing, et celui des sciences humaines et sociales qui divisent les pratiques professionnelles et les compétences nécessaires pour travailler avec les médias sociaux. Beaucoup, bien sûr, indiquent plutôt génériquement leurs compétences de “social media” ou “community management” en identifiant, en quelque sorte, la professionnalité émergente.

<i>Compétences linguistiques</i>	<i>Seconde langue</i>	<i>Troisième langue</i>	<i>Quatrième langue</i>
	%	%	%
italien	1	0	0
français	6	10	6
anglais	59	14	3
espagnol	6	21	4
portugais	0	2	0
allemand	1	7	6
arabe	2	0	1
chinois	0	1	3
japonais	1	0	0
Aucune	24	45	77
<i>Total</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Tableau 15 : Compétences linguistiques indiquées sur les profils LinkedIn et Viadeo des SMACCM

Enfin, les *SMACCM* italiens et français privilégient l'anglais comme langue seconde (59%), l'espagnol comme troisième langue (21%), et le français et l'allemand comme quatrième langue étrangère parlée (6%).

5.3 Introduction historique à la recherche sur le terrain

Dans notre programme de doctorat, nous avons eu l'occasion de passer six mois à partir d'avril à septembre 2012, à l'*Université Paul Valéry Montpellier III*, au *Laboratoire Praxiling UMR 5267 CNRS*, grâce à une bourse *Erasmus Placement*. Au cours de cette période, avec nos tuteurs Prof. François Perea pour la France et Prof. Paolo Diana pour l'Italie (Università di Salerno, Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione), a été construit le projet de co-tutelle pour cette thèse de doctorat à travers un parcours partagé entre deux parties, dont l'enjeu fut l'étude des pratiques professionnelles dans des contextes de travail technologiquement denses. François Perea, à l'époque, avait un contact avec un manager de la multinationale américaine *Dell* à Montpellier, Giovanni. Celui qui écrit, à l'époque, ne maîtrisait pas bien le français et F. Perea a pensé qu'un contact italien aurait aidé dans la négociation afin d'avoir accès au terrain. F. Perea, de fait, considérait qu'il était important d'entretenir ce rapport avec *Dell* également pour d'autres raisons, mais ne savait pas que la thèse et la nationalité commune italienne furent le prétexte parfait pour utiliser de la meilleure façon possible cette opportunité et pour ouvrir un terrain de recherche intéressant et nouveau d'un point de vue scientifique.

Après avoir construit, en collaboration avec les deux tuteurs, une stratégie d'action afin d'avoir accès au terrain de l'enquête et après que le projet de recherche fut approuvé par le conseil de l'école doctorale suite à une défense importante de l'approche interdisciplinaire de notre travail par le prof. Bruno Bonu, à l'époque directeur du *Laboratoire Praxiling*, F. Perea a envoyé un mail formel à Giovanni.

5.3.1 Le recours à des témoins privilégiés

Web Kiosk Email Notification, entre novembre 2012 et février 2013, nous avons

sélectionné et interrogé des témoins privilégiés (De Lillo 2010 : 84), qui pouvaient être utiles pour reconstruire un cadre éthique de référence. Ces derniers ont été sélectionnés dans le panorama italien des spécialistes des professions dans le domaine universitaire et le secteur privé. Ils ont été, par conséquent, contactés par e-mail et, par la suite, nous leur avons fait passer des entretiens qui ont été enregistrés grâce à l'utilisation de *Skype* et d'un logiciel spécifique pour l'enregistrement audio des conversations *Skype*¹⁰⁹. Brièvement, il nous faut rappeler que nous avons recours à des témoins privilégiés lorsque nous souhaitons interroger des sujets qui ne font pas nécessairement partie du phénomène à étudier, mais qui sont experts en la matière, parce qu'ils ont une vision directe et profonde, parce qu'ils tiennent une position privilégiée d'observation. On recourt, en général, à l'utilisation de témoins privilégiés quand on est dans le processus de développement et de conception de la recherche dans un cadre plus large que la recherche d'approfondissement. Nous avons interrogé, donc, en tant que témoins privilégiés : Pasquale Popolizio, Vice-président de l'IWA (*International Webmasters Association*), Ivana Pais, professeur de Sociologie des Professions Multimédia à l'Université Catholique du Sacré-Cœur de Milan, en Italie, Giulia Garofalo, consultant pour la WWMA (*World Web Marketing Association*), Fernando Diana, Administrateur délégué de *Cytynews*.

Ces entretiens nous ont permis de reconstituer un premier aperçu sur les principaux sujets d'intérêt et de recherche et de reconnaître un terrain circonscrit où il est possible de réaliser l'intervention socio-ethnographique : les nouveaux groupes de professionnels qui travaillent dans des contextes organisationnels, à travers les médias sociaux.

Face à des approches qui sont plus proches de sociologie économique, ou de la sociologie du travail classique, et dans l'intérêt des organisations privées pour créer des profils professionnels pour les professions liées plus généralement au web, reconnues par l'Union Européenne, nous avons constaté un manque de

¹⁰⁹ Alors avoir pris des arrangements préventifs pour les appels vidéo, à l'époque, au moment des entretiens, tous les témoins privilégiés l'avaient refusé pour accepter uniquement les appels vocaux. Plus qu'une question par rapport à leur *vie privée*, un tel comportement doit être attribué à la possibilité de faire modifier les activités de parler sans être vu et d'avoir à être présent avec les yeux sur l'écran. Lors de ces entretiens, nous avons remarqué des bruits de fond en raison du fait de taper en permanence sur un clavier d'ordinateur, ou de cliquer à plusieurs reprises sur la souris. Ceci dénotait une fervente activité cognitive étrangère à la conversation pendant cette dernière.

références à des données empiriques dans les recherches sur le sujet. Les tentatives de classification, en fait, sont fondées sur de simples hypothèses, qui ne sont généralement pas prises en charge par aucune base empirique ou historique de statistiques¹¹⁰. Ayant déjà constaté, après quelques mois de travail, malheureusement, les rares contributions et de la pauvreté du débat dans la sociologie italienne sur la sociologie des professions, il était encore plus facile de remarquer l'absence d'études approfondies et précises sur la relation entre les professions et les médias sociaux. Les données existantes, en fait, appartiennent aux professions du web ou *TIC*, regroupant, de cette façon, de nombreux professionnels, qui n'ont pas souvent beaucoup en commun. Ces données, par conséquent, peuvent aider à comprendre l'émergence effective de nouvelles professions liées à l'avènement des médias sociaux. D'autre part, la taxonomie risquée des organisations du secteur privé ne prend pas en compte les changements rapides qui ont lieu dans ce secteur en constante évolution et donne lieu à des généralisations utilisant des étiquettes qui n'ont pas la force sémantique pour rappeler des spécificités ou caractéristiques identitaires propres à la constitution de véritables groupes professionnels. Ce constat a été décisif dans le choix d'aller sur le terrain en choisissant une approche *non standard* pour explorer et observer directement des dynamiques professionnelles dans le cadre d'un contexte de travail approprié.

Dans un deuxième temps, en mars 2015, à l'occasion d'une conférence importante¹¹¹ lors de la session *RC52 (Sociologie des groupes professionnels)*, de l'*ISA (International Sociological Association)*, à laquelle nous avons participé en tant que conférencier¹¹², nous avons eu la chance de rencontrer plusieurs noms bien connus et importants de ce champ disciplinaire avec lesquels pendant les

¹¹⁰ La référence est aux "*Skills profile*" de l'*IWA (International webmaster Association)* : organisation qui a cherché ces dernières années à reconstruire des profils professionnels reconnus par l'Union Européenne pour voir reconnaître toutes les activités que l'*IWA* synthétise dans l'expression "professions du web".

¹¹¹ ISA Interim meeting 2015 "*Professions, bonds and boundaries*" Università Cattolica del Sacro Cuore - Milano, 19th – 21st March 2015.

¹¹² Ferrari, G. The profession of social media Manager in the radio: A case study of public and commercial radio in Italy and France. ISA Interim meeting 2015 "<t0/>Professions, bonds and boundaries<t1/>" Università Cattolica del Sacro Cuore - Milano, 19th – 21st March 2015.

trois jours de colloque, nous nous sommes entretenus à travers plusieurs discussions qui ont été extrêmement utiles pour le reste de cette thèse¹¹³.

5.3.2 La négociation et l'accès au terrain de recherche

Nous avons choisi d'utiliser un modèle coopératif (Douglas, 1976) de conduite de la recherche, parce que nous avons déjà un contact à l'intérieur de *Dell* qui nous a permis d'entrer plus facilement dans cette réalité afin de l'observer. Douglas, en effet, fait valoir que la plus haute importance est mise sur l'importance des aspects humains et relationnels, dans la conviction que la confiance est le moyen d'accès à une coopération des participants dans la construction d'une représentation fidèle de leur expérience. Il n'était pas possible, par ailleurs, de ne pas se manifester dans un environnement de travail où l'accès n'est possible seulement qu'à travers des autorisations et des permissions spéciales comme cela est le cas dans le siège d'une multinationale américaine du *high-tech*. Dans le cas de l'observation découverte, il est nécessaire de négocier l'accès au terrain et gagner la confiance des membres du groupe que nous souhaitons étudier. Souvent, il est nécessaire de négocier les conditions de sa propre participation dans le contexte social avec ceux qui tiennent les frontières : lesdits *gatekeeper* ou gardiens.

5.3.3 La négociation

Reprenons, dorénavant, le discours sur le contenu du mail que F. Perea avait envoyé à Giovanni ; il leur expliquait dans les grandes lignes le parcours du doctorant et le projet de recherche qui avait été mis en place. Giovanni répondit cordialement à l'e-mail de Perea, et à ce point, après une brève rencontre sur *Skype* avec les deux tuteurs, il faut décider que le doctorant serait en mesure d'écrire un e-mail à Giovanni pour un premier contact. Nous avons écrit le

¹¹³ On se souvient en particulier des conversations avec Valerie Boussard, Florent Champy, Ivana Pais, Lara Maestripieri e Giovanni Castiglioni.

courrier et reçu une réponse positive pour organiser une rencontre avec Giovanni au siège de *Dell* à Montpellier, le doctorant écrit un guide d'entretien, toujours sous la supervision du tuteur, avec l'intention de quitter la personne interrogée aussi libre que possible de s'exprimer dans l'optique d'un entretien biographique. Vu la cordialité et le ton de Giovanni, il n'y a pas eu d'inquiétude pour le succès de la négociation, mais pour le tuteur, il y avait encore du travail à faire et il ne fallait rien considérer comme acquis.

Le grand avantage dans l'accès au terrain a été certainement l'identité nationale commune. Cela pourrait sembler étrange, également parce que Giovanni est de Milan et qui écrit du sud, mais à l'étranger tous les Italiens semblent être dans une sorte d'aide mutuelle entre les compatriotes.

Cependant, différents facteurs : ceux institutionnel (la présentation de la part de l'université par le biais du mail du tuteur français) et ceux au caractère essentiel (l'appartenance nationale commune) ont permis d'obtenir une première rencontre avec Giovanni, qui comme le soutenaient, à juste titre, les tuteurs, n'a n'a pas signifié automatique l'accès au terrain de recherche.

5.3.4 L'accès au terrain

La première rencontre avec Giovanni, en fait, a été un véritable test de sa part pour savoir s'il pouvait avoir confiance ou moins et donner l'accès au terrain de recherche : *Dell*. Après avoir fixé un rendez-vous le matin avec Giovanni, après avoir demandé à la réception, où il y a toujours deux personnes et où le personnel est strictement féminin, nous avons passé un quart d'heure dans la salle d'attente de *Dell* à l'entrée de l'établissement. Assis sur un fauteuil il nous a été possible d'observer les gens entrer et sortir de l'entrée principale avec leurs *badges* : la quasi-totalité le porte au cou et l'ont toujours avec eux. En face du fauteuil, il y a un écran plat attaché au mur en haut, curieusement de marque « *Pioneer* et non *Dell*, où était transmis des publicités vidéo pour l'entreprise et où était reproduit en boucle, la vidéo « *Harlem shake* » du concours interne à *Dell* pour le meilleur *Harlem shake*. Lorsque Giovanni est arrivé à la réception, il était facile de le

reconnaître parce que, avant, la réunion, nous avons vu ses profils sur les médias sociaux et nous avons vu quelques vidéos sur *Youtube* de promotion de *Dell*. Il était connu, donc, pour être le responsable de la *teamwork EMEA CSMB Customer Services*, une formation récente (trois ans) qui gère tous les profils *Dell* sur les médias sociaux. L'intéressé, donc, avait déjà compris dès la première rencontre qu'il était possible de faire observation des pratiques professionnelles des opérateurs et des professionnels qui travaillent dans cette *team*. Giovanni fut très courtois et accueillant et après avoir fait le *check-in* à la réception, signé le livre de présence des invités, ce qui deviendra une habitude par la suite, et avoir obtenu un badge valide une journée, la réceptionniste fit signe de passer à travers le détecteur de métal. Après avoir monté deux étages d'escaliers, nous avons parcouru quelques couloirs, tous les environnements de travail sont *openspace*. Les revêtements étaient de bois clair et la moquette sur le sol bleu. Nous avons atteint, enfin, le bureau de Giovanni : ce n'était pas un bureau à proprement parler, mais un espace partagé avec d'autres travailleurs de l'*équipe*. Il n'y a pas d'espaces clos, à part de nombreuses salles de réunion présentes dans chaque département. Après les plaisanteries pendant le chemin, nous avons demandé à Giovanni s'il était possible d'enregistrer la conversation, et après son approbation, nous avons démarré l'enregistrement de la conversation grâce à une tablette. La conversation était agréable, et Giovanni a parlé de l'histoire de *Dell* et de son *équipe*. Nous avons discuté, enfin, de la façon dont serait structurée et organisée la collaboration. Nous avons obtenu, donc, l'accès au terrain selon un arrangement préalable avec les professionnels pour effectuer une observation des pratiques professionnelles et des entretiens à l'aide d'une caméra vidéo. À la fin de la réunion, Giovanni nous a présenté le premier *SMACCM* Andrea, l'un de ses collaborateurs, qui par la suite nous a aidé pour contacter les autres et de les informer de notre recherche. Dans la même journée, avec Andrea, nous avons fixé divers rendez-vous pour les jours suivants.

5.4 L'observation à Dell

En février 2013, donc, nous avons eu l'opportunité de commencer une observation de la teamwork *EMEA CSMB Customer Services* dans la filiale française à Montpellier d'une importante multinationale américaine *Dell* opérant dans le secteur de l'informatique. Les informations sur *Dell*, présentées ici, sont le résultat du travail d'analyse et d'interprétation du corpus de matériaux empiriques, construits lors de l'observation sur place et la *focused ethnography* menée de février à septembre 2013, et de septembre 2014 à juillet 2015.

Dell est la neuvième entreprise au monde dans la production de personal computer, tablettes, serveurs, logiciels, storage et de systèmes informatiques. Son siège se trouve à Round Rock, Austin au *Texas*. L'entreprise emploie environ une centaine de milliers d'employés à travers le monde pour un chiffre d'affaires total d'environ soixante milliards de dollars (*Tableau 16*). *Dell* détient des alliances fortes et stratégiques sur le marché des *ICT* comme celles avec *Intel* et *Microsoft*.

<i>Classement</i>	<i>Année fiscale</i>	<i>Entreprise</i>	<i>Nation</i>	<i>Siège social</i>	<i>Production</i>	<i>Employés</i>	<i>Recettes</i>	<i>Capital</i>
1	2015	Apple	USA	Cupertino, California	Mobile Devices, Personal Computing, Software	115	233.7 \$	534.2 \$
2	2015	Samsung	Corée du Sud	Suwon	Mobile Devices, Semiconductors, Electronics	307	167.9 \$	142.3 \$
3	2014	Foxconn	Taiwan	New Taipei City	OEM	1.3 million	\$132.5	32.15 \$
4	2015	Amazon	USA	Seattle, Washington	Internet Retailer, Cloud Computing, App Hosting	230,8	107.0 \$	250.0 \$
5	2015	HP	USA	Palo Alto, California	Personal Computing, Servers, Consulting	287	103.3 \$	17.5 \$
6	2015	Microsoft	USA	Redmond, Washington	Software, Hardware	118,584	93.58 \$	412.5 \$
7	2015	IBM	USA	Armonk, New York	Computing services, Mainframes	379,592	81.74 \$	121.0 \$
8	2015	Alphabet (Google)	USA	Mountain View, California	Internet Advertising, Search Engine, Software	61,814	74.99 \$	507.6 \$
9	2015	Sony	Japon	Tokyo	Electronic Devices, Personal	131,7	70.36 \$	27.6 \$

					Computing			
10	2015	Panasonic	Japon	Osaka	Electronics Devices & Components	254,084	66.04 \$	20.4 \$
11	2015	Dell	USA	Austin, Texas	Personal Computers & Servers	100	59.0 \$	24.2 \$
12	2015	Toshiba	Japon	Tokyo	Semi-conducteurs, Consumer devices	198,741	56.97 \$	17.67 \$
13	2015	Intel	USA	Santa Clara, California	Semiconducteurs	106,7	55.4 \$	138.4 \$
14	2014	LG	Corée du Sud	Seoul	Personal Computer, Elettronica	38,718	54.75 \$	17.67 \$

Tableau 16 : Classification des plus grandes entreprises technologiques au monde. Fonte : Datamonitor 2014 ; 2015¹¹⁴.

La singularité de *Dell* depuis sa création en 1984, du travail de son fondateur, Michael Dell¹¹⁵, a été de ne pas proposer de modèles pré-conçus, mais de permettre au client la plus grande liberté de personnalisation. De fait, il s'agit d'un *assemblé* de marque.

Dell n'a jamais fait appel à des réseaux de revendeurs devant assembler l'ordinateur à la demande du client, préférant, par conséquent, le contact direct avec le client final. Dans les premières années, ceci était réalisé par des modules de commande via fax : le client indiquait le produit désiré, demande qui était suivie d'un devis par le bureau de vente. Par la suite, le site web est devenu l'outil principal de l'entreprise. La possibilité d'assembler sa machine et de la commander en ligne, par ailleurs, a permis de ne pas avoir à disposer d'un stock de machines « standards », éliminant des bilans une des modalités plus critiques pour les entreprises informatiques en terme de production et de coûts logistiques.

Le siège de *Dell* Montpellier est le centre opérationnel pour les pays de la méditerranée¹¹⁶. Dans ce contexte sont observées les pratiques professionnelles de la *team* qui travaille sur les *social media* composée de professionnels des nouveaux médias provenant de France, d'Italie, d'Espagne et de Turquie¹¹⁷.

¹¹⁴ <https://www.datamonitor.com>

¹¹⁵ Michael Dell est un *self-mad-man* évalué par la revue américaine *Forbes*, la 35ème personne plus riche au monde, avec un patrimoine d'environ vingt millions de dollars Disponible à l'adresse: <http://goo.gl/8NSMus> (Consulté le 20/10/2015).

En 1999 il a été appelé par George W. Bush pour mener le "Conseil technologique". *La rincorsa tecnologica di Michael Dell tablet e smartphone cn l'aiuto di Microsoft ???*. 11/02/2013. Disponible à l'adresse : <http://goo.gl/i6uYNj> (Consulté le 20/10/2015).

¹¹⁶ EMEA, de fait, est l'acronyme de *Europe, Middle East & Africa*.

¹¹⁷ Il y a un autre centre important de Dell dans en Méditerranée: il s'agit du siège de Casablanca au Maroc.

L'équipe a été formée en 2012 et donc seulement un an avant le début de cette recherche. Cela a été un privilège unique, car cela a permis d'observer et d'étudier les différentes dynamiques qui se développent dans un groupe de travail dans le contexte de l'entreprise, de sa naissance à son développement, à travers les différentes étapes évolutives et régressives. Nous avons procédé, ensuite, à l'entretien de la plupart des composants de *l'équipe*. Par ailleurs, nous avons eu l'occasion d'observer et d'enregistrer avec une caméra vidéo et/ou avec une *tablette*, les membres du groupe au cours de leur pratique de travail quotidienne. Le *management* de *Dell*, enfin, a permis l'observation et la participation aux *briefings* hebdomadaires de la *Social Media Team*, qui ont été également enregistrés.

**6. Les dimensions (im)
matérielles de la
profession du
SMACCM.**

6.1 Dell à Montpellier

Le siège de *Dell* Montpellier est positionné à environ un quart d'heure du centre historique en voiture. Le quartier qui abrite le bâtiment, donc, est central et s'est intégré dans la division urbanistique de la ville de plus en plus, surtout avec l'installation d'entreprises multinationales telles que *Dell* et *IBM* à partir de la fin des années 90 qui y ont toutes installé leur quartier général pour les pays de la Méditerranée. Le bâtiment qui abrite *Dell* est à côté de *IBM*, délimitée par une grande surface utilisée comme une aire de stationnement pour les employés. La propriété dispose d'actuellement environ 1.000 personnes de différentes nationalités (français pour 36 %, italien pour 29 %, espagnol pour 26 % et les 9 % restants proviennent d'autres pays). Les départements suivants sont présents : marketing, ventes, support technique customer service. En 1992 *Dell* crée à Montpellier le premier *call center* pour le sud de l'Europe et en 1999, le centre plus important en Europe pour la segmentation du marché y est stabilisé *Home and Small Business* sur une superficie d'environ dix mille mètres carrés. En 2001 *Dell* décide de transformer ce dernier comme quartier général pour les *ICT* pour l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique. Jan Verplancke, vice-president à l'époque de l'*Information Technology* de *Dell EMEA* fait cette déclaration à la presse :

Montpellier a de nombreux avantages pour nous. En premier lieu, elle représente un énorme terrain fertile pour une entreprise d'informatique. Les universités et centres de recherche créent un environnement favorable pour tous. Mais notre culture d'entreprise nous amène également à attirer les experts d'ordinateurs d'autres pays européens. En outre, notre décision de placer l'*EMEA IT Department* dans le sud de la France nous permet d'être majoritairement indépendant de nos origines américaines. Nous voulons utiliser Montpellier pour aider à promouvoir notre image comme complètement européenne¹¹⁸.

¹¹⁸ *Dell Computer extends its activities in Montpellier*, France, PRNewswire, 07/11/2001 (Consulté le 20/10/2015). Disponible à l'adresse: <http://www.prnewswire.com/news-releases/dell-computer-extends-its-activities-in-montpellier-france-74112077.html>



Figure 34 : L'entrée de Dell à Montpellier.

6.2 La Social Media Team de DELL : activités de la teamwork

Le *Département Social Outreach* et, en particulier, la *teamwork EMEA CSMB Customer Services* de Dell¹¹⁹ comptait 15 personnes en 2013 et en 2015 il en comptait 23 en Europe. Ces opérateurs couvrent 7 langues différentes¹²⁰ et s'occupent de promouvoir des « solutions proactives » et d'utiliser les médias sociaux comme *medium* avec les clients pour les écouter, vérifier sur quel axe baser leurs discussions et comprendre si le « sentiment » (tel que défini le monde du marketing) des discussions est « négatif, neutre ou positif » [Giovanni, *team leader*].

6.2.1 L'organigramme de l'équipe : le groupe et la répartition des rôles

La *Social Media Team*, en quasiment trois ans (2013-2015), a subi de nombreux et fréquents changements : relatifs au personnel, aux espaces de travail, aux stratégies et aux dirigeants du management. Sur la *Fig. 35* a été reconstruit l'organigramme de l'équipe telle qu'elle était à la fin de l'année 2015. On cherchera, dans ce paragraphe, de parcourir quelques changements dans les différents rôles et aussi de prendre en considération quelques dynamiques de groupe très intéressantes pour le présent travail. En février 2012, quand a eu lieu une première rencontre avec un des *team leader*, Giovanni, ce dernier s'est présenté comme un des principaux interlocuteurs se posant comme la personne la plus haute en grade dans la gestion de la *Social Media Team* et a été retenu – donc

¹¹⁹ Dans les openspaces du *Département Social Outreach* de Dell à Montpellier, en haut il y a étiquettes (*Fig. 36*) qui reportent le nom de l'équipe qui travaille sur lessocial media. On reporte en particulier deux phrases pour définir la Social Media Team: “CSMB – Social Media SOS” e “EMEA – Digital solutions – eks e support – Knowledge – Social Media”. L'EMEA CSMB Customer Services de Dell, dans le présent travail est appelé *Social Media Team* pour faciliter la lecture et la compréhension du lecteur.

¹²⁰ Espagnol, portugais, français, italien, grec, turc et anglais. L'espagnol et le portugais également pour les pays du centre et sud Américains, le français pour les pays des ex colonies françaises du Maghreb et l'anglais pour l'Egypte.

– comme *gatekeeper*. Giovanni avait alors présenté une seule personne qui pouvait lui être pair en grade : Benito, présenté comme le responsable marketing de l'équipe. En outre, le groupe a été présenté uni sous la supervision de Giovanni. La seule division interne était relative à la division du travail : certains *SMACCM* s'occupaient du *B2B*¹²¹ sur les médias sociaux, des rapports avec les autres sociétés partenaires ou des clients ; et s'occupaient du *B2C*¹²², des rapports avec les clients « particuliers » donc avec les clients particuliers (*Fig. 35*). Durant la seconde période d'observation à *Dell* en 2014, grâce à un entretien de *backtalk* avec un des *SMACCM*, déjà interviewé la fois précédente, l'existence d'un autre *team leader* a été découverte auquel faisait référence presque tous les *SMACCM* qui travaillaient dans l'« entreprise » avec le *B2B*, Felice. Ces opérateurs, tous issus par expérience du support technique de *Dell*, sont pour la totalité des techniciens informatiques spécialisés avec plus de vingt ans d'expérience de travail et 8-12 ans d'expérience de travail à *Dell*. Auparavant, Felice était leur « chef » dans le support technique et dans les entretiens a émergé une sorte de « respect référentiel » que tous les opérateurs lui portent :

Non, Giovanni n'est pas mon chef, c'est Felice. Il était mon chef quand je travaillais au support technique. En vérité ici il y a une situation un peu compliquée, les rôles ne sont pas encore bien définis, mais moi j'écoute Felice : il est mon chef [Marco, *SMACCM Italia*].

Les autres *SMACCM* sont, pour la plupart, des opérateurs des *call center* avec une grande expérience dans le *customer service*, qui travaillent à *Dell* depuis 6 à 10 ans. Ces derniers sont liés à Giovanni et lui reconnaissent l'autorité :

Je travaille avec Giovanni depuis quelques années, et il sait comment gérer un groupe : il a du respect pour les personnes, et vous permet de gérer votre travail de manière autonome et indépendante [Andrea, *SMACCM Italie*].

Le *SMACCM* qui a révélé l'existence de Felice, a relevé également un certain ressenti entre Giovanni et Felice : une tension qui se manifeste dans l'environnement professionnel dans la gestion de l'équipe mais aussi personnellement dans des attitudes et comportements d'aversion réciproque qui débouche souvent dans des moments de tension partagés par de nombreux membres du groupe lors de rencontres ou de réunion.

¹²¹ *Business to Business*.

¹²² *Business to Consumer*.

La vérité est qu'ils ne sont pas en bons termes : il en a été ainsi depuis le début ! Giovanni voulait tout concentrer sur lui-même, bien que n'en ayant pas le droit et Felice ne lui a pas fait (???). Ils sont trop éloignés l'un de l'autre : ils ont des manières de faire et de gérer le groupe complètement différentes [Anonyme¹²³, *SMACCM*].

Parmi les trois figures de leader, Giovanni, Felice et Benito, émerge dans ce contexte et parmi les *SMACCM* il y a deux figures en accord avec les autres départements de l'entreprise : celle de Valérie, une content analysis et *SEO*¹²⁴ et celle de Fancon du département commercial. Les *SMACCM* sont au total neuf : quatre pour les *SOS Consumer* et six *SOS Entreprise*. À l'exception d'Adem, qui s'occupe pour le marché turc des deux *SOS Consumer* et *Entreprise* ; les autres s'occupent de l'un ou de l'autre pour la France, l'Italie, l'Espagne et l'Amérique Latine (*Fig. 35*). Il y a également 4 ressources du marketing qui collaborent part-time avec la *Social Media Team*, mais qui ne travaillent pas directement sur les médias sociaux, mais qui participent aux réunions du groupe une fois par semaine (le jeudi) et offrent leur *expertise* dans le champ du marketing pour la production de contenus pour la stratégie de communication sur les médias sociaux. Enfin, il y a quatre stagiaires qui travaillent en « *alternance*¹²⁵ ».

¹²³ Nous préférons ne pas citer le nom du *SMACCM* pour éviter d'éventuels répercussions sur lui.

¹²⁴ *Search Engine Optimization*.

¹²⁵ En France les étudiants des écoles supérieures et de l'université peuvent faire un apprentissage en « *alternance* », entre le monde de l'école et le monde du travail. Habituellement le taux horaire est réparti entre entreprise et université pour les 2/3 en faveur de l'entreprise et ne peut dépasser les 35 heures de travail hebdomadaire sauf en cas de circonstances extraordinaires. La période d'*alternance* peut durer de un à trois ans. Le traitement du salaire dépend de l'âge du stagiaire: pour les mineurs et jusqu'à vingt ans, il est inférieur à par rapport à un *CDI* (un contrat à durée indéterminée) au début des années de travail de 60 à 70% pour la première année, à 50/60% pour la deuxième année, et 45/50% pour la troisième année. Source: *Le portail de l'alternance*, site web du Ministère du Travail, de l'Emploi, de la Formation professionnelle et du Dialogue social français. www.alternance.emploi.gouv.fr

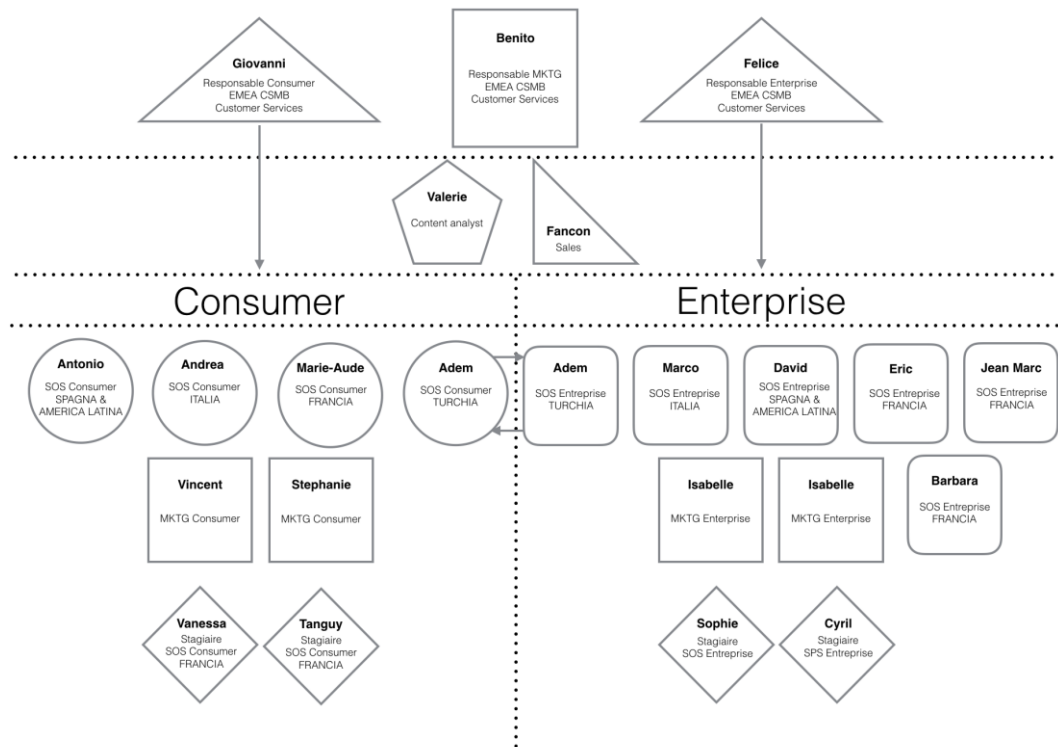


Figure 35 : Organigramme du EMEA CSMB Customer Services.

Comme cela apparait de manière claire, des ressources importantes sont mobilisées pour l'« *Entreprise*, parce que, comme nous le verrons plus tard, *Dell* est de plus en plus orienté vers la vente aux entreprises qu'aux particuliers.

6.2.2 La workplace de l'équipe

Les espaces de travail de *Social Media Team* sont placés au deuxième étage de l'immeuble qui abrite *Dell* à Montpellier (Fig. 34). Sur la Fig. 36 nous pouvons observer comment se présentent les workplace en 2013 : des environnements openspace avec des grandes baies vitrées qui délimitent le périmètre et séparent les différents départements à travers lesquels se trouvent de longs couloirs qu'il est possible de parcourir et où on peut observer qui travaille dans cet environnement. Chaque *SMACCM* a son poste de travail (Fig. 36), qui, en substance, est personnalisé avec ses effets personnels : photographies des enfants et de la famille, prix et manifestations de reconnaissance de la part des collègues et de l'entreprise, gadgets, calendriers et de petits objets pour le bureau.

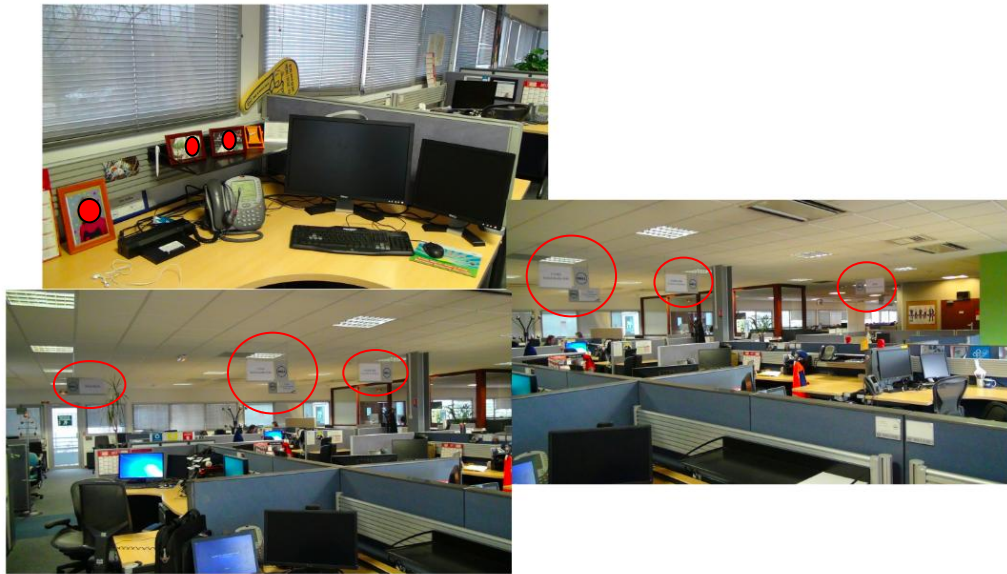


Figure 36 : Les openspace de Dell à Montpellier en 2013.

6.2.3 Le Social Media Listening Centre

Aux Etats-Unis au Texas à Austin dans le quartier général de Dell, il existe un Social Media Listenning Centre (que Giovanni appelle Commande Centre), qui, en temps réel, véhicule et “écoute” les discussions. Il sert à tester le sentiment des clients, à les écouter, à comprendre de quoi ils discutent, à identifier leur “centre d’intérêt” s’ils ont besoin d’aide ou de réponses.



Figure 37 : Le Social Media Listening Center de Dell au Texas, USA.

Giovanni, pendant l'entretien, avait déjà annoncé la création d'un *Social Media Center* sur le siège de Dell dans la lignée du *Social Media Listening Centre*. En automne 2014, le *Social Media Center* de Montpellier a été réalisé dans un temps très court et représente un deuxième centre de commande sur les médias sociaux de *Dell* au niveau mondial. Un objectif très important pour Dell Montpellier et pour l'équipe de Giovanni, un investissement par *Dell* qui représente l'importance stratégique du siège de Montpellier pour le géant américain.



Figure 38 : Le Social Media Centre de Dell Montpellier en 2015.

Il s'agit, en particulier, de la restructuration de tous les espaces indiqués dans la Fig. 36, et décrits précédemment : il a été créé un environnement unique *open* où ont été installés quatre énormes écrans (Fig. 38), certains postes de travail fixes, en face de ces écrans, des panneaux sur les murs qui représentent des paysages bucoliques (Fig. 39), probablement d'un camp de golf, où est indiqué le slogan de la compagnie en français : “*Dell le pouvoir d'en faire plus*” et en anglais: “*Dell: the power to do more*” et un secteur dédié au *PC desktop* et au portail de *Alienware*, la marque acquise il y a quelques années par *Dell* pour être compétitif sur le marché des « *gamer* »¹²⁶. Plus qu'une ambiance de travail, l'espace ressemble à un *atelier* d'exposition qui se pose presque en contradiction avec le passé de l'entreprise en réseaux.

Il sert surtout quand nous recevons des visites, des étudiants, des clients ...pour montrer notre travail et nos produits. Personne y travaille, c'est une opération plutôt de marketing et d'image. [Marco, *SMACCM Italie*]

À chaque fois qu'il nous a été possible d'accéder à la salle des *Social Media Center* tous les écrans et les machines étaient en éteintes et personne ne travaillait avec ces machines. L'idée, ensuite, qui a été faite immédiatement est qu'il s'agissait d'une opération ludique, un investissement promotionnel afin d'accueillir les visiteurs (partenaires ou clients *entreprise*) ou les groupes scolaires qui visitent souvent le lieu. À cet égard, *Dell* au cours des dernières années a toujours conclu une convention avec la région Languedoc-Roussillon (région de Montpellier) pour le projet d'alphabétisation en informatique pour les nouvelles générations ; l'entreprise avait, par conséquent, souscrit à des contrats pour fournir des ordinateurs portables de marque *Dell* pour un prix abordable aux élèves de la région. En 2014, pourtant, *Dell* a perdu le marché face à son compétiteur historique le plus direct *HP*.

¹²⁶ Les *gamer* sont des passionnés de *videogame*, qui représentent pour les entreprises *ICT* une niche sur le marché, parce qu'ils sont souvent disposés à dépenser des sommes importantes pour acquérir des *PC* autrement performants.



Figure 39 : Le Social Media Centre de Dell Montpellier en 2015.

6.2.4 Les instruments de la workspace

Nous avons analysé une *workplace* d'un *SMACCM* à *Dell* nous verrons que les éléments essentiels sont des objets technologiques qui occupent presque tout l'espace du poste de travail. La *Fig. 40* permet de mieux expliquer tout ce qui s'y trouve : le poste de travail de Marc est occupé par un écran plus grand connecté à un ordinateur de bureau fixe et l'écran de l'ordinateur portable placé sur un support. Le premier écran sera appelé « *social media screnn* » et c'est l'écran principal dédié à la supervision des médias sociaux ; le second écran sera appelé « *check&work screen* » et c'est un écran de support au travail sur les médias sociaux, qui est utilisé lorsque l'on souhaite consulter une page web, faire des recherches ou prendre des notes. Outre le clavier de l'ordinateur, il y a aussi un téléphone de bureau, qui, dorénavant, n'est utilisé, même pour des appels internes pour lesquels s'utilise plutôt le chat de l'entreprise (*Salesforce Chatter*). L'obsolescence du téléphone a été l'un des premiers éléments qui ont été relevés : les téléphones sur le bureau des *SMACCM* sont des vestiges archéologiques qui se trouvent au pied des écrans des *PC* complètement empoussiérés avec des écrans de quatorze pouces, qui sont souvent placés derrière le *Social Media Screen*.

Chaque fois que nous sommes retournés dans ces bureaux et que nous observions ces objets, la première sensation a toujours été celle que le téléphone de temps en temps puisse sonner et que quelqu'un à un certain point puisse prendre des écrans inutilisés pour les relier à quelque chose et de les faire fonctionner de nouveau, mais bien sûr, ces réflexions ont été rapidement rejetés par le déploiement des pratiques professionnelles qui n'ont jamais mobilisé ses artefacts obsolètes¹²⁷.

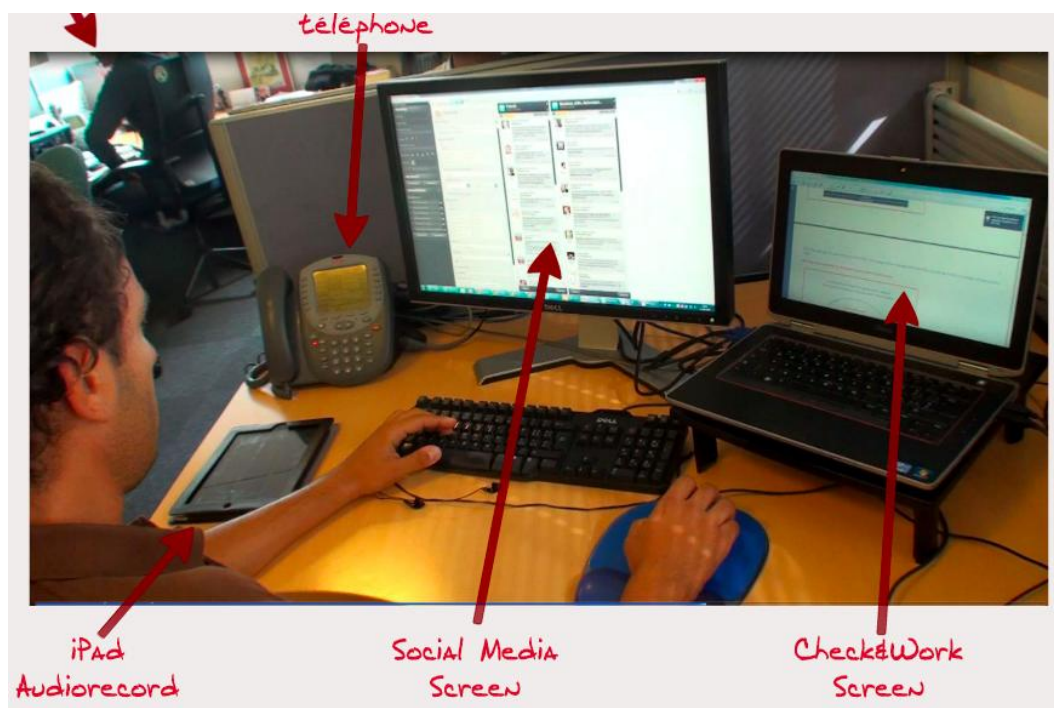


Figure 40 : Un poste de travail d'un SMACCM à Dell à Montpellier en 2013.

L'espace du nouveau *Social Media Center* (Fig. 38 et 39) semble immense par rapport à l'*openspace* qu'il a remplacé : la perception est celle d'avoir remplacé une sorte de ruche avec ses cellules, régulière hexagonale, où chaque *SMACCM* effectue son travail minutieux sur les médias sociaux comme une abeille avec un espace ludique, une sorte de terrain de jeu où sur le plan de travail, il y a un écran plat qui projette les images numériques d'un aquarium virtuel. Les travailleurs ne sont pas présents : pendant le second cycle d'observation, de septembre 2014 à juillet 2015, nous avons rencontré très peu de personnes qui ont traversé cet espace, et encore moins des personnes qui ont travaillé avec. Une aire de jeux

¹²⁷ La tablette présente sur le bureau est un objet utilisé par le chercheur différemment dans différentes occasions pour enregistrer l'audio des entretiens, ou l'enregistrement de la vidéo selon les circonstances. Dans le cas de la Fig. 40, nous avons choisi de n'enregistrer que l'audio avec la tablette, et d'enregistrer également l'entretien avec une caméra vidéo positionnée sur un trépied derrière l'épaule du *SMACCM* pour avoir un double support sur lequel s'appuyer.

déserte ! L' *SMACCM* présent quotidiennement étaient tout au plus six sur une quarantaine de postes de travail disponibles, des six présents, deux étaient, ces jours-là, les stagiaires (Vanessa et Tanguy) dont c'était une obligation d'être présent, Giovanni a reçu une promotion et est devenu *Global Social Media Senior Manager*¹²⁸ et nous ne l'avons plus rencontré à *Dell*, les autres *SMACCM* arrivaient toujours en retard et terminaient leur journée assez tôt. L'impression, en bref, é été de ne pas être dans l'une des plus grandes multinationales de l'*high tech* au monde, mais d'être dans un bureau de poste ou dans un bureau de l'état civil d'une petite ville. Le paradoxe sert à comprendre comment, dans une situation comme *Dell* comme dans toutes les grandes organisations complexes, même si s'il s'agit d'une grande société multinationale, certaines dynamiques qui caractérisent les institutions traditionnelles de l'État moderne ont tendance à se reproduire, en s'engageant dans les mêmes attitudes et les mêmes situations, qui sont néfastes à la fois pour les institutions publiques, que ce soit pour une entreprise privée, que ce soit pour une entreprise familiale ou une *PME*¹²⁹ ou encore une *corporation*.

6.2.5 Les lieux physiques : les lieux de relax et de restauration, les salles de réunion

Les intérieurs du siège de *Dell* à Montpellier ont toutes les caractéristiques des environnements des grandes entreprises contemporaines du *high tech* : on donne beaucoup d'importance au bien-être physique et mental des travailleurs. On essaie de les accueillir dans des espaces « *zen* » où l'on se sent paisible, protégé, mais, dans le même temps, où on essaie de donner un air de « jeunesse », de donner des couleurs, de stimuler la bonne humeur du personnel : un peu la notion de casa d'*Ikea*. Comme on peut le voir sur la *Fig. 39* les espaces sont confortables et permettent également d'accueillir de petits événements ou des événements où une

¹²⁸ Du profil *LinkedIn* de Giovanni (Consulté le 20/10/2015). Disponible à l'adresse : <https://goo.gl/30bb3T>. Marco avait déjà fait savoir que Giovanni ne serait plus présent parce qu'il avait eu une promotion importante qui faisait de lui un ambassadeur des médias sociaux pour le compte *Dell* dans le monde.

¹²⁹ *Petites et Moyennes Entreprises*.

partie des salariés ou même la totalité peut être acceptée. Dans la situation de la *Fig. 38* sont réunis tous les salariés présents ce jour-là pour observer une minute de silence pour les victimes des attentats du 13 novembre à Paris. La photo a rapidement été postée sur le profil de *Facebook* de *Dell*.



Figure 41 : La grande salle relax de Dell à Montpellier

Sur les murs, on peut voir quelques-uns des drapeaux de différents pays, représentant les différentes nationalités présentes parmi les travailleurs de *Dell* à Montpellier. Mais si on fait un tour dans les couloirs des différents départements on peut voir que l'ensemble du bâtiment est tapissé de drapeaux à l'intérieur. Ce sont les employés et, en particulier, des groupes d'employés qui partagent souvent la même nationalité que brandissent de cette façon, les lambeaux de l'identité et d'appartenance confiée aux couleurs des drapeaux utilisés comme des rideaux et tapisseries pour décorer et pour marquer le territoire. Ces particularités dans une entreprise multinationale comme *Dell* ne sont pas improvisées, mais sont plutôt la règle qui ponctue même les temps de travail et les habitudes, et, avec eux, l'appartenance à une communauté ethnique. De même, les lieux de relax et de restauration sont vus et occupés selon certains critères qui, paradoxalement, dans

une entreprise qui devrait avoir une identité cosmopolite et multiculturelle, constituent une sorte d'« *apartheid* » peu dissimulée. Il s'agit certainement d'une exagération, voire d'une hyperbole de parler d'*apartheid*, mais nous pensons que pendant la pause de midi, chaque groupe de travailleurs de différentes nationalités a ses propres horaires : les premiers sont les français qui mangent le déjeuner à midi et les seconds, les italiens qui se retrouvent dans le restaurant de l'entreprise (Fig. 39) à 13:30 et les derniers sont les espagnols à 15 h. La division en « groupes ethniques » des employés de Dell a conduit à la constitution de nombreuses minorités communautaires dans le tissu social de Montpellier. Si, historiquement, cette ville du sud de la France a été un lieu de passage de la Via Domitia et se trouve sur le chemin de Saint-Jacques de Compostelle, qui a accueilli de nombreuses minorités persécutées les gitans, les protestants au XVI^e siècle) ; ces derniers vingt-quatre ans, elle a accueilli et continue d'accueillir un flux constant d'immigration en provenance de l'Italie et de l'Espagne : quant à Dell (mais aussi à Montpellier, en général), on parle des premiers italiens et espagnols arrivés au milieu des années quatre-vingt-dix, on entend utiliser des expressions telles que « première génération », « deuxième vague », « dernier flux ». Dans cette petite histoire de l'immigration, alors, il y a eu une stratification et un remplacement de génération, beaucoup sont restés et constituent une véritable communauté reconnue par la ville, mais pas toujours intégrés. Il en résulte qu'il est difficile de penser qu'en 2016, dans une ville comme Montpellier, des travailleurs d'une société d'informatique comme Dell sont « ghettoïsés » ou de vous « autoghettoïsés, mais dans un certain sens, c'est précisément ainsi : il ne s'agit pas d'*apartheid* racial ou de racisme, ce n'est pas un isolement d'une minorité, mais un auto-isolement.



Figure 42 : Le bar, le restaurant et le coin relax de Dell Montpellier

La technologie a réduit le temps et les distances et l'Italie et l'Espagne sont devenus encore plus proches qu'ils ne l'étaient avant, l'utilisation de la langue anglaise pour communiquer au travail a enlevé, pour beaucoup, le stimulus, et l'obligation d'apprendre le français, on préfère donc vivre dans sa propre coque en étant espagnols ou italiens et on ne fréquente pas des collègues français ou d'autres nationalités reléguant ces relations à une sphère purement professionnelle. Ainsi, nous nous sommes trouvés face au cas de David, *SMACCM* espagnol, qui s'est réfugié à Montpellier après la crise du marché de l'immobilier en Espagne ; lui et sa femme avaient perdu tous deux le travail, mais il avait envoyé un cv à *Dell* à Montpellier, et a été immédiatement embauché en 2008. Il a déménagé immédiatement et après un an, sa femme a réussi à entrer à *Dell*, mais au bout de cinq ans, elle avait été licenciée lors de réductions d'effectifs et était au chômage où elle s'occupait des enfants. Après près de dix ans, à Montpellier, la France était devenue leur maison mais paradoxalement au lieu de cela, David parle à peine le français : au cours de l'entretien, il s'est révélé qu'il avait un très fort accent espagnol tellement marqué que la compréhension au cours de la transcription a été une tâche difficile. Il expliquait qu'à la maison avec sa femme, il ne parlait que l'espagnol et qu'ils n'avaient pas beaucoup d'amis à Montpellier, qu'ils ne pouvaient pas considérer ses collègues comme des amis, qu'il n'y a pas ce genre de relation, ce lien ; il continua en disant que, avec sa femme et les enfants, ils avaient hâte de retourner en Espagne pour sa famille et pour ses amis ; il avoua qu'après tant d'années, il commençait à être fatigué de cette vie, et qu'il souhaitait trouver un emploi en Espagne afin de retourner de manière permanente, mais ne pouvait le faire parce qu'un seul des deux travaille, parce que ce n'est pas simple de laisser un bon travail comme le sien, parce qu'il n'a pas de certitudes sur l'avenir. Adem est turc et travaille depuis deux ans à *Dell*, l'entretien a été fait en anglais parce qu'il n'a pas appris un mot en français. Il s'est lié à Valérie avec qui il partage le poste de travail, les deux se parlent en anglais entre eux, parce que Valérie a vécu pendant de nombreuses années en Angleterre et en Suède et, qu'en dépit d'être français et de vivre en France, aime parler anglais. Adem parle de son expérience en France comme une » expérience provisoire, il veut retourner en Turquie, dès que possible, et n'a aucune intention

de rester à Montpellier. La femme d'Adem est turc comme lui et vit en Turquie, tous les deux/trois mois, elle fait ses valises et avec un visa de touriste, elle passe un mois et demi avec lui, mais pas plus que cela, dit Adam, elle n'arrive pas à rester loin de la Turquie, de la famille et ne parle pas ni français ni anglais, elle est complètement coupée de la réalité à Montpellier.

Quand elle est là, *poursuis Adem*, nous ne sortons pas, nous restons à la maison à regarder la TV satellite Moi aussi je cherche à rentrer aussi souvent que possible, mais c'est pas facile pour moi avec le travail ici [Adem, *SMACCM Turquie*].

Ensuite, il y a Marco, un italien qui rentre presque tous les week-ends en Toscane, comme Andrea, un autre italien qui est encore plus proche dans le Piémont. Marco n'est pas encore marié, mais qui vit avec sa partenaire belge, wallonne, mais ils ne parlent pas français entre eux : elle a appris l'italien et ainsi, elle préfère lui parler en italien « afin de ne pas créer de malentendus ». Marco est aussi musicien, il joue de la basse et fait partie d'un groupe qui joue de la musique populaire italienne, où, bien sûr, presque tous sont italiens. Cela fait plus de dix ans que Marco travaille à *Dell*, et vit à Montpellier mais son français n'est pas des meilleurs comme l'est son anglais. Avant cela, il travaillait au *technical support* et il a été le contact pour retourner à *Dell* un an plus tard, parce que Giovanni avait un nouveau travail et n'a pas pu être présent, et avec Marco, nous avons un rapport serré de compréhension. Pendant le séjour sur le terrain, il est important d'identifier des « informateurs valides » : habituellement, ils sont des personnes avec lesquelles l'observateur établit une relation privilégiée, parfois également d'amitié et à partir de laquelle il peut obtenir de précieuses informations ; en outre, ce sont des figures vitales pour le chercheur parce qu'elles permettent de soutenir et d'accélérer la compréhension de la culture de l'organisation ou du groupe : ils consentent, enfin, daine pas transgresser les règles de groupe, et de les préserver pour ne pas être rejeté (Johnson 1990 ; Fabietti 1998 ; Rose 2000). Il devient donc indispensable de sélectionner de bons informateurs, car ce ne sont pas toujours les personnes les plus disposées à collaborer qui sont les plus informées et ce ne sont pas toujours celles qui ont un rôle hiérarchique supérieur qui sont les meilleurs informateurs, comme cela s'est vu dans le cas de Giovanni. Il faut donc choisir les informateurs à un stade avancé de la permanence sur le

terrain – comme cela s’est fait dans le présent travail – lorsqu’on a une connaissance importante des dynamiques et des individualités présentes dans le groupe. Si on choisit une personne peu estimée dans le groupe, de fait, l’insertion du chercheur peut être affectée. Les informateurs sont donc, – choisis une fois qu’un a une idée claire des positions couvertes par les différents acteurs de la communauté, du groupe ou de l’organisation. Les informateurs sont également cruciaux par rapport à l’activité de *backtalk* (Johnson 1990; Fabietti 1998; Pink 2000) : dans cette phase très délicate de la recherche sur le terrain, tout est remis en discussion et chacun est contraint à revoir ses propres idées. Avant de retourner sur le terrain, il faut renégocier son accès et cela peut arriver seulement si des liens assez forts ont été instaurés avec certains des acteurs, qui, à cette occasion, ont été définis comme informateurs. L’auteur, après une longue réflexion, a décidé que son informateur serait Marc : à la lumière du rapport de confiance qui s’était établi une année avant et de sa disponibilité une fois recontacté, au lieu d’Andrea, qui comme cela a été souligné, n’a plus répondu aux messages et appels ; nous avons essayé de passer autant de temps que possible au cours de la deuxième observation, en 2015, et dans cette circonstance, nous avons appliqué une pratique d’observation, en particulier,

[.] *shadowing* qui signifie « suivre comme une ombre » une personne déterminée dans son environnement, observant (sans venir) les interactions, activités, routines. C’est une observation qui est évidente, lorsque l’observé connaît l’intérêt du chercheur et accepte cette présence un peu obsessionnelle (Gobo, 2009 : 125).

Dans certains cas, le *shadowing* est appliqué dans les études de management :

Par exemple, il est utilisé pour apprendre à un novice un travail plus rapidement, et pour détecter les discriminations dans les milieux de travail et ainsi mettre en œuvre des politiques d’opportunités égalitaires ; pour décrire, de manière méticuleuse si un emploi, un rôle, ainsi que les compétences pratiques nécessaires (Gobo, 2009 : 125).

Marco a été, par conséquent, suivi pendant trois journées de travail, où outre le fait d’observer ses pratiques professionnelles, le chercheur a pu rencontrer, connaître et échanger avec de nombreux professionnels qui travaillent dans différents départements, et explorer les lieux de travail de l’établissement de *Dell*. À cette occasion, ont été passés en revue, des départements entiers composés que

d'italiens, que de français ou que d'espagnols où le territoire était marqué clairement par des drapeaux italiens des trois pays différents.

6.3 Les lieux immatériels : l’Intranet, les médias sociaux généralistes

6.3.1 Au début, il y avait Ideastorm et Salesforce Chatter

En 2006, lorsque *Facebook* et *Twitter*¹³⁰ ont fait leur apparition, *Dell* crée *Ideastorm* pour permettre de « évaluer les idées les plus importantes et pertinentes pour toi¹³¹ ». Après l’enregistrement, les *utilisateurs* peuvent ajouter des articles, voter sur une proposition ou un article et le commenter. Au début, il n’y avait qu’un forum créé afin que les employés et les clients puissent partager leurs *input*, leurs idées ; et plus tard, ils ont évolué vers *Salesforce Chatter*, qui est l’espace de partage et de discussion au sein de l’entreprise, dans laquelle département peut mettre en valeur ses résultats et ses activités, mais aussi ses pratiques professionnelles et les partager de manière à créer une synergie entre les différents secteurs, plutôt que de la concurrence.

¹³⁰ Pendant l’entretien, Giovanni a fait des références claires à 2006 comme l’année de la création de *Ideastorm* et à 2008 comme l’année de l’ouverture des profils *Dell* sur les médias sociaux les plus importants, mais il a fait une confusion en indiquant 2006 comme : “L’année qui a vu naître le premier forum et le premier blog”. En fait, en 2006, *Twitter* et une version de *facebook* ouverte à tous les utilisateurs du réseau naissaient. Les premiers blog, cependant, font leur apparition en 1997, alors que pour le premier *forum Internet* de succès planétaire, on peut remonter à la création de *The Well* en 1985 ; même si le premier forum peut être considéré comme *Planet Forums* également appelé *Delphi* créé en 1983, avant même les *newsgroup* créés sur *Usenet* (une série de serveurs interconnectés), depuis les premières années ’70 et encore en usage aujourd’hui. Pour plus de détails de l’histoire des médias sociaux, on se reportera à la *Fig. 11* du présent travail.

¹³¹ Ici nous citons une phrase dans la présentation *Ideastorm* sur le site *Dell* et qui a été tirée reprises à plusieurs reprises par Giovanni dans nos conversations. La référence peut être trouvée à l’adresse suivante : <http://goo.gl/U0ZPNF> (Dernière visite 20/10/2015).

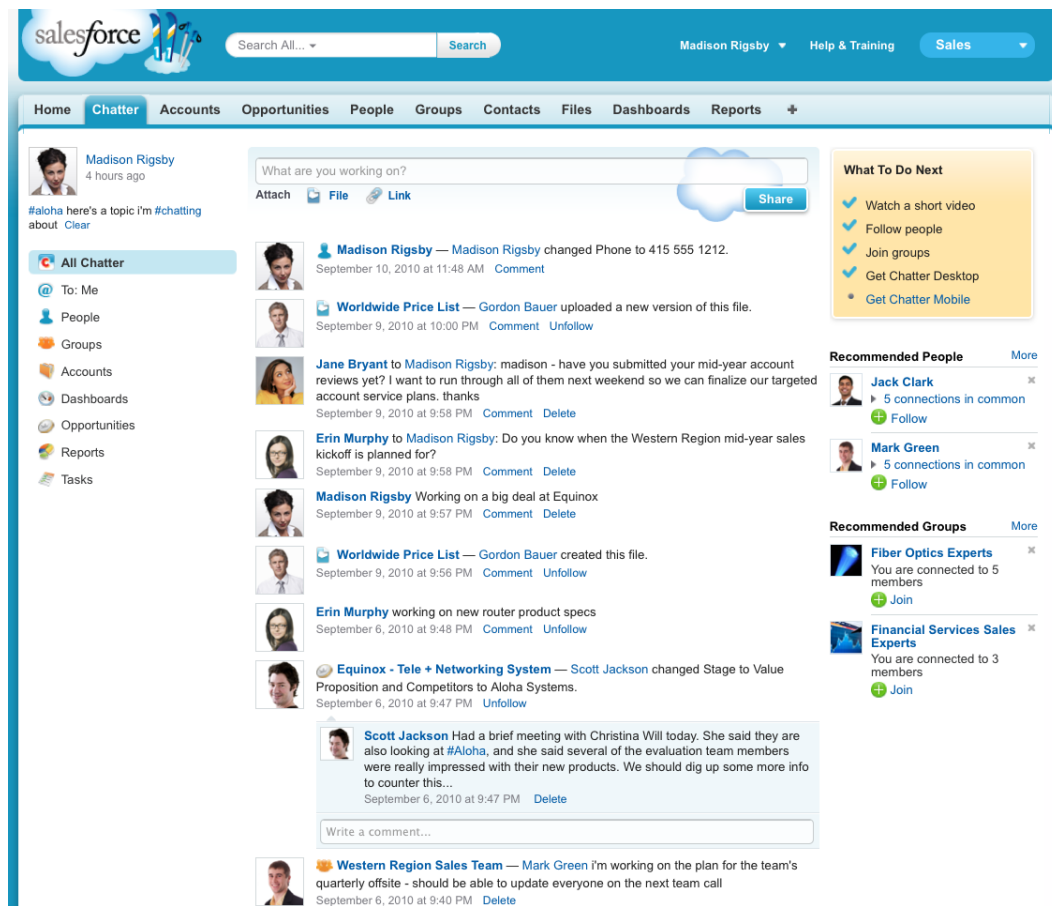


Figure 43 : Une page de chat de Salesforce Chatter.

6.3.2 L'entrée de Dell sur les médias sociaux généralistes

En 2008, *Dell* entre dans le monde des médias sociaux en ouvrant des profils, des pages et des canaux dédiés : *Youtube*, *facebook*, *Twitter* e *Google+* (en 2010).

Sur la page *Dell* de *facebook*, il existe une *road map* pour chaque pays, pour chaque langue où chaque semaine et chaque jour sont publiés des *posts*, construits selon différents objectifs : offrir à ses clients des solutions, faire de la publicité, proposer des concours, des jeux, des événements.

En 2006, il y avait 4 000 discussions chaque jour, au niveau mondial, qui parlait de *Dell*, en 2014, il y en avait plus de 25 000 chaque jour. La politique de l'entreprise de *Dell* sur les médias sociaux est d'essayer de répondre aux demandes des clients sur les médias sociaux, car s'il est vrai que l'interaction *one*

to one a déjà lieu grâce à la messagerie privée ; la demande du client et, en conséquence, la réponse sont toujours publiques, visibles par tous les membres de la communauté.



Figure 44 : Le profil facebook officiel de Dell Italie.

6.4 Les artefacts technologiques : quoi, comment, et pourquoi. Comment et de quelle manière la connaissance des objets technologiques pèse sur le développement des pratiques professionnelles

6.4.1 Radian6

Pour gérer les *account* et pour d'autres activités est utilisée une interface qui s'appelle *Radian6* (un autre produit *Salesforce*), qui permet d'« écouter les discussions des utilisateurs grâce à l'utilisation de mots-clés, pour les profils ou pour les sujets.

J'utilise *Radian6* pour écouter *Twitter* et *LinkedIn*, je l'utilise pour contrôle qui parle de nous [Eric, *SMACCM France*].

Radian6 comme un outil d'espionnage, mais particulier à *Dell*. Nous pouvons voir tous les messages que les gens publient sur *Dell* ou sur les produits *Dell*, mais pas ceux privés. [Antonio, *SMACCM Espagne et Amérique Latine*]

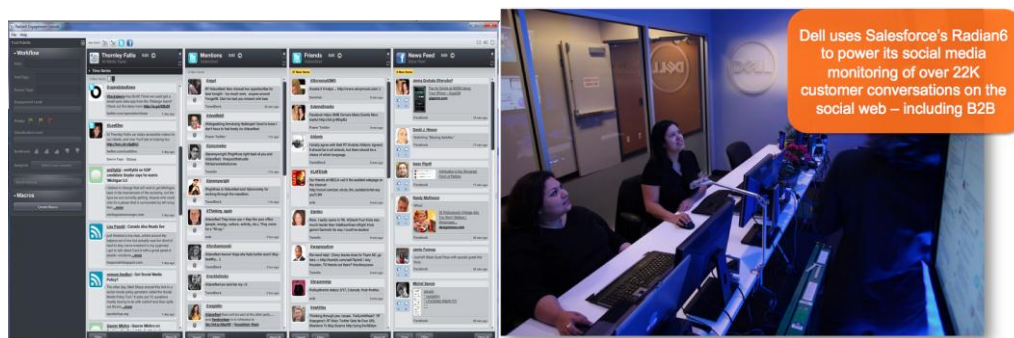


Figure 45 : Il Social Media Listening Center di Dell in Texas, USA et une image de Radian6.

Dans une page standard *Radian6* d'un opérateur *Dell*, pour donner un exemple, il est possible de visualiser au même moment : un profil *Twitter*, un profil d'une *community*, un profil sur *Ravers* (un type de client) et un profil sur les campagnes marketing (Fig. 42). Par ailleurs *Radian6* peut être personnalisé selon les besoins de l'opérateur beaucoup hébergeant plus de quatre profils *sociaux* de nature

différente. Comme dans le cas de la *Fig. 43* où nous voyons la division de l'interface de *Radian6* en cinq sections. Il s'agit de Antonio, le *SMACCM* qui gère l'Espagne et l'Amérique Latine. Pour gérer tout le trafic en langue espagnole pour la partie *consumer* partout dans le monde, chaque jour, deux personnes seulement travaille : Antonio à Montpellier, et son collègue au Panama. Grâce, donc, à l'apport de *Radian6* deux personnes seulement réunissent à gérer des flux importants d'informations sous forme de *tweet*, *post*, messages instantanés etc. Sur la *Fig. 43* –, de fait, on peut remarquer :

- *DellSpain* : le *compte* officiel et générique de *Dell* en langue espagnole sur *Twitter* ;
- *DellAyuda* : le profil en langue espagnole pour l'assistance aux clients *consumer* de *Dell* sur *Twitter* ;
- *Ent - Spanish Global* : un profil qui unit tous les messages des comptes de langue espagnole de *Dell* ;
- Le profil personnel d'Antonio sur *Twitter* ;
- *My Tasks* : un espace où il existe un enregistrement de toutes les activités des différents profils de langue espagnole.

Le processus d'utilisation de *Radian6* est très simple : on « lance » *Radian6* et toutes les vingt secondes, tous les profils sont mis à jour simultanément avec tous les *posts* dans la langue choisie. Grâce à *Radian6* en outre, les opérateurs sont en mesure de trouver facilement et rapidement les réponses mal faites et de les remplacer ou de les supprimer.

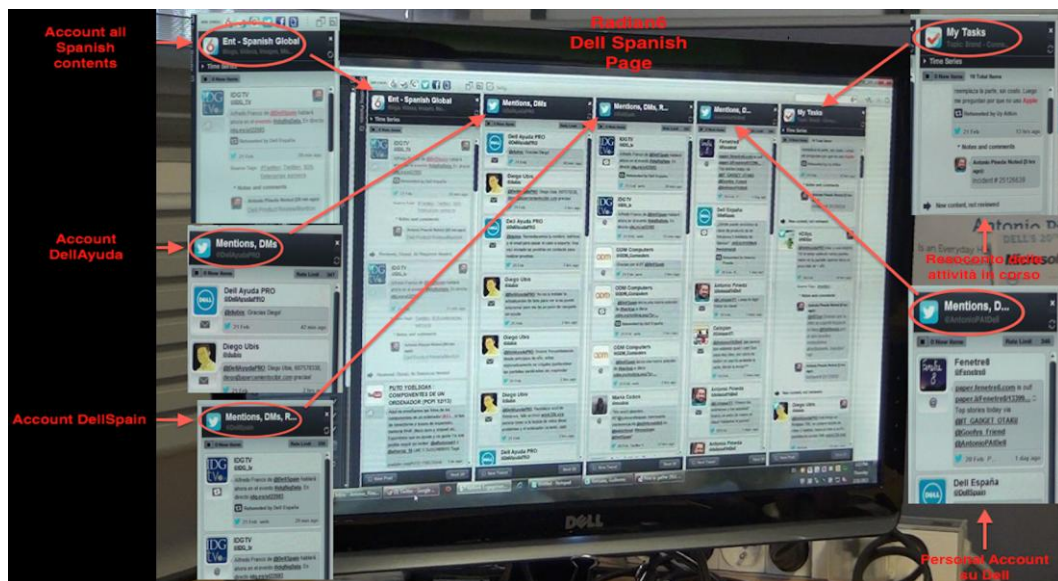


Figure 46 : L'interface de Radian6 est utilisée par l'utilisateur hispanophone.

L'utilisation de *Radian6* néanmoins, n'est pas toujours la même pour tous les *SMACCM* de *Dell* : les italiens, de fait, ont quelques problèmes de plus que les autres :

je ne l'utilise pas parce que concrètement . concrètement, ce logiciel filtre sur la base des mots-clés sur l'ensemble du site, sur tout le web en général. Pour la langue anglaise ça va, un peu moins pour l'Italie parce que nous quand on cherche *Dell* il y a « dell », l'apostrophe en général. Puis-je utiliser un peu parce que, parce que je trouve beaucoup de choses mais qui ne sont pas liées à *Dell*. [.] 95 % des choses qui n'est pas lié à *Dell*. et donc je perds mon temps. [Andrea, *SMACCM Italie*]

Disons que pour la partie italienne, ceci est un peu compliqué à utiliser pour le fait que le mot « dell » n'a pas beaucoup de valeur ajoutée, par conséquent, il est difficile de rechercher de l'information avec le mot « dell ». [Marco, *SMACCM Italie*]

Radian6 a une langue par défaut pour cette raison, il n'a pas été possible de tourner de l'obstacle, dans ce cas, de la préposition articulée que le programme confond avec le nom de l'entreprise. En conclusion, comme l'explique, *Radian6* il est inutile pour les italiens, et ils ne l'utilisent pas, et donc ils ne disposent pas des mêmes instruments de travail que les autres *SMACCM*. Il y aurait d'autres outils, également gratuits, mais

pour l'instant, nous utilisons *Radian6* parce qu'il est lié à *Dell*. Nous avons ensuite pris contact avec d'autres personnes, d'autres sites, car alors *Radian6* reste limité, au lieu de cela, d'autres sites sont mis à jour très régulièrement directement en ligne, tandis que, au contraire *Radian6* est un logiciel. Il en existe d'autres qui sont en ligne et sont directement liés au web. [Andrea, *SMACCM Italie*]

Donc c'est la même politique d'entreprise qui crée un préjudice pour la société elle-même et pour ses employés dans l'exercice de leurs fonctions : les *SMACCM* sont obligés d'utiliser *Radian6* qui est produit par *Salesforce* qui est une filiale *Dell*, qui fait que les produits ne sont pas appropriés pour un marché aussi important que l'Italie, les opérateurs n'ont pas choisi ou même utilisé ce produit, ou encore essayer de s'en sortir avec des solutions temporaires. Cela dénote un manque de communication et d'écoute de la part des hautes sphères vis-à-vis des différentes composantes de la société et de leurs besoins.

6.4.2 Splinger

Pour programmer la date et l'heure de la publication d'un post sur facebook ou autres, les *SMACCM* utilisent principalement un logiciel qui s'appelle Splinger.

Des études ont été réalisées, où l'on voit que dans certains créneaux de temps et certains jours, les gens regardent plus, et donc avec Splinger vous pouvez faire apparaître le post quand il y a plus de personnes qui y sont connectés [.] et Puis Splinger vous permet de programmer les postes, pour les faire apparaître quand vous le voulez : par exemple, un dimanche, même si nous ne travaillons pas. Pour exemple, voici le graphique de la page de facebook qui vous fait voir le flux de la page, en se basant sur le moment quand tu vois, ces posts, ceux qui apparaissent et le flux de la semaine, te disent pour le poste que tu as posté comment de gens l'ont vu. Tu vois quand tu ne mets pas les posts, les gens ne regardent pas la page, plus tu mets des posts plus les gens le voient. [Jean-Marc, *SMACCM France*]

Il est, par conséquent, un outil très utile pour ceux qui font ce type de travail. Cependant, il semble que ceci n'est pas aussi simple pour les stagiaires qui ont accès à ces ressources :

[.] Je n'utilise pas Springler parce que, même si je sais que du côté de l'Enterprise, ils l'utilisent tous, j'ai énormément de difficultés à obtenir l'accès au logiciel et aux ressources de la société, donc je préfère faire sans et je m'organise avec Excel. [Vanessa, *stagiaire*]

On remarque, à partir de ces détails, qu'il y a un décalage avec l'administration et avec le top management, qui, à partir de petites choses semblent absents, sans supporter le travail des stagiaires mais aussi des *SMACCM*.

6.4.3 Alienware

Ici, il est présenté comment le travail est réalisé sur les communautés classiques. En plus des médias sociaux, il y a les « communautés dédiées » comme celles qui existent sur les produits *Alienware* de *Dell*. *Alienware* est le produit haut de gamme de *Dell* au niveau *consumer* : un produit avec des prestations importantes, performatives et d'un certain coût. Le client qui achète de *Alienware* — donc — est le typique « *geek* », qui passe son temps à jouer à des jeux *en ligne* et qui aime acheter ces produits et d'essayer de nouvelles pièces : par exemple, les cartes graphiques les plus puissantes, afin de correspondre aux autres processeurs, « *des gens qui savent et connaissent beaucoup* » [Giovanni, *team leader*].

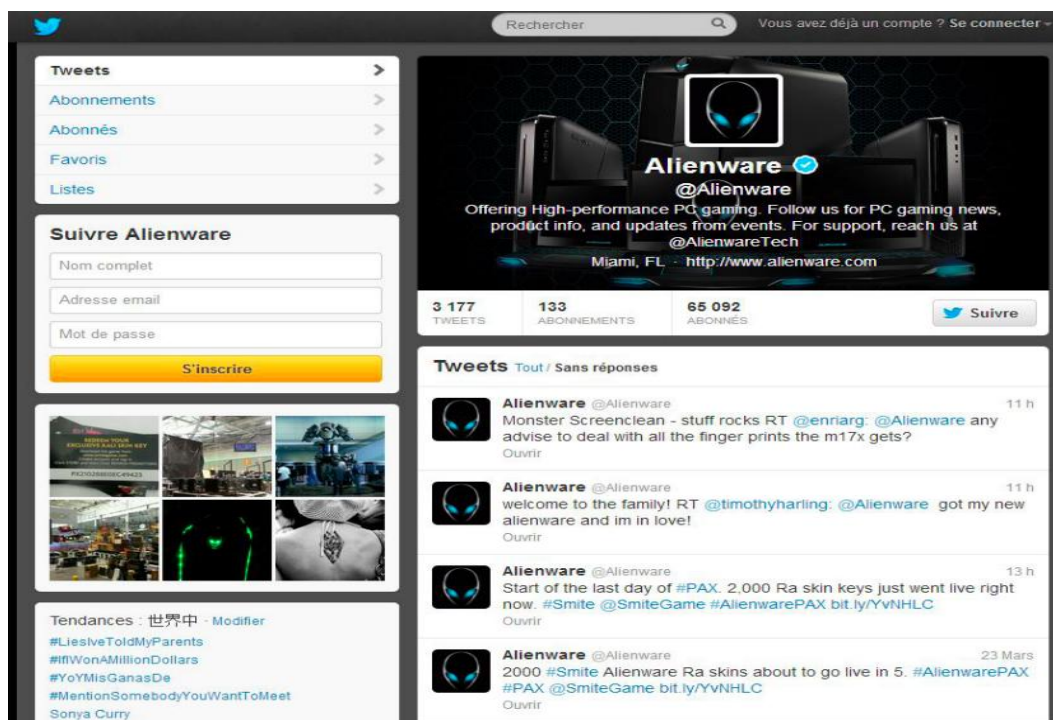


Figure 47 : Le profil Facebook officiel d'Alienware.

Cette niche de clients, en outre, teste des *jeux vidéo* : *ce que Dell* conçoit pas parce que ce ne sont pas les produits de l'entreprise et cela demanderait une grande dépense d'énergie et de ressources. *Dell* enfin, invite ces clients (surnommés « les *rockstars* » [Giovanni, *team leader*]) et ses *communautés*, à prendre connaissance et à partager avec tous les membres de la *communauté* une sorte de *crowdsourcing*.

6.4.4 Le processus d'appropriation de LinkedIn (en tant qu'artefact) par les SMACCM : le cas de Marco.

L'EMEA CSMB Customer Services de Montpellier s'occupe de la page LinkedIn, car il a été constaté que ce réseau social professionnel est le réseau social le plus utilisé par les entreprises italiennes en ce qui concerne les produits de Dell serveur (Enterprise Server, Poweredge). Marco est en charge du marché italien Enterprise et quand il a rejoint l'équipe, il s'est trouvé en face d'un problème «compliqué» : la France et l'Espagne ont un Forum Dell officiel dans leur langue pour le support technique tandis que l'Italie non. Marco a donc dû adapter les outils proposés par LinkedIn ou des sites tiers. Il n'a cependant pas pu bénéficier des expériences antérieures de ses collègues français parce que ces derniers ont peu utilisé le forum LinkedIn pour deux raisons : premièrement, parce les forums officiels sont en français et, en second lieu, parce que, dans le secteur professionnel, en France, on utilise davantage un autre réseau social (Viadeo). Après une première approche de LinkedIn, Marco nous a ainsi fait remarquer que la majorité des professionnels de l'informatique des groupes italiens et des discussions ont lieu précisément dans cette place virtuelle. En outre, il existait déjà beaucoup de groupes Dell ou de groupes créés pour parler de Dell. Le problème concernait alors la perte de l'information et, par conséquent, il était nécessaire d'essayer de transmettre tout le trafic, ou presque, sur un,seul canal, comme la France et l'Espagne, grâce aux forums Dell en langue,officielle, afin de gérer plus facilement les demandes et créer un flux plus,uniforme de l'information. Marco, donc, a voulu centraliser toutes les discussions sur les produits Dell Enterprise techniques, des discussions techniques, en italien, dans un groupe de discussion unique. Pour ce faire, dans le processus d'appropriation de l'artefact et en explorant les fonctionnalités qu'offre LinkedIn, il a noté qu'il y avait la possibilité d'ouvrir un groupe de discussions dans lequel il pourrait intervenir en publiant des avis et des informations. Marco et autres techniciens Dell, aujourd'hui sont constamment sur la page en question et publient régulièrement des informations. Ces membres peuvent participer aux débats et apporter leur contribution. Tous les membres reçoivent, par défaut, une fois par semaine des,mises à jour sur le groupe de discussion. Cela a résolu, en

partie, l'absence, d'un *Dell Forum* officiel italien et fait en sorte de transmettre une grande, partie du trafic téléphonique sur LinkedIn. Les clients ont enfin l'occasion de partager leur expérience et, ce qui peut être utile à une entreprise technique et commerciale, font leurs suggestions et leurs analyses.

6.4.4.1 Sequence I: Marco explique comment utilise le "groupe" qu'il a créé sur LinkedIn.

Nous avons choisi de transcrire les démonstrations de notre corpus du point de vue des interactions, de l'action et des ressources disponibles pour les professionnels d'une part et pour le réseau social d'autre part. Nous considérons, en effet, le réseau social comme un "actant" à part entière de l'interaction entre humain et non-humain (Latour, 1989; 1994). Une analyse des interactions entre le professionnel et le réseau social et des processus d'appropriation des fonctionnalités disponibles et différentes de l'artefact de réseau social nous permet d'accéder aux nouvelles pratiques professionnelles qui vont constituer la naissance de nouvelles identités professionnelles. Ces nouvelles identités professionnelles ne peuvent plus être catégorisées du point de vue de "groupes professionnels" traditionnels, mais par l'analyse des (inter)actions qui permet de définir des "hyperprofessions" où "l'interobjectivé" (Latour, 1994) a un rôle fondamental.

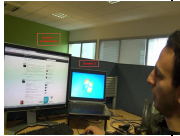
Afin de rendre compte de ces différentes actions et interactions dans la transcription, nous avons adapté la présentation de transcription adoptée par Suchman (1987) Suchman a elle-même adapté le système de transcription de Jefferson (1983) en y ajoutant une deuxième colonne "The machine", autrement dit, en ce qui nous concerne, l'artefact de "réseau social" (*Fig. 45*).

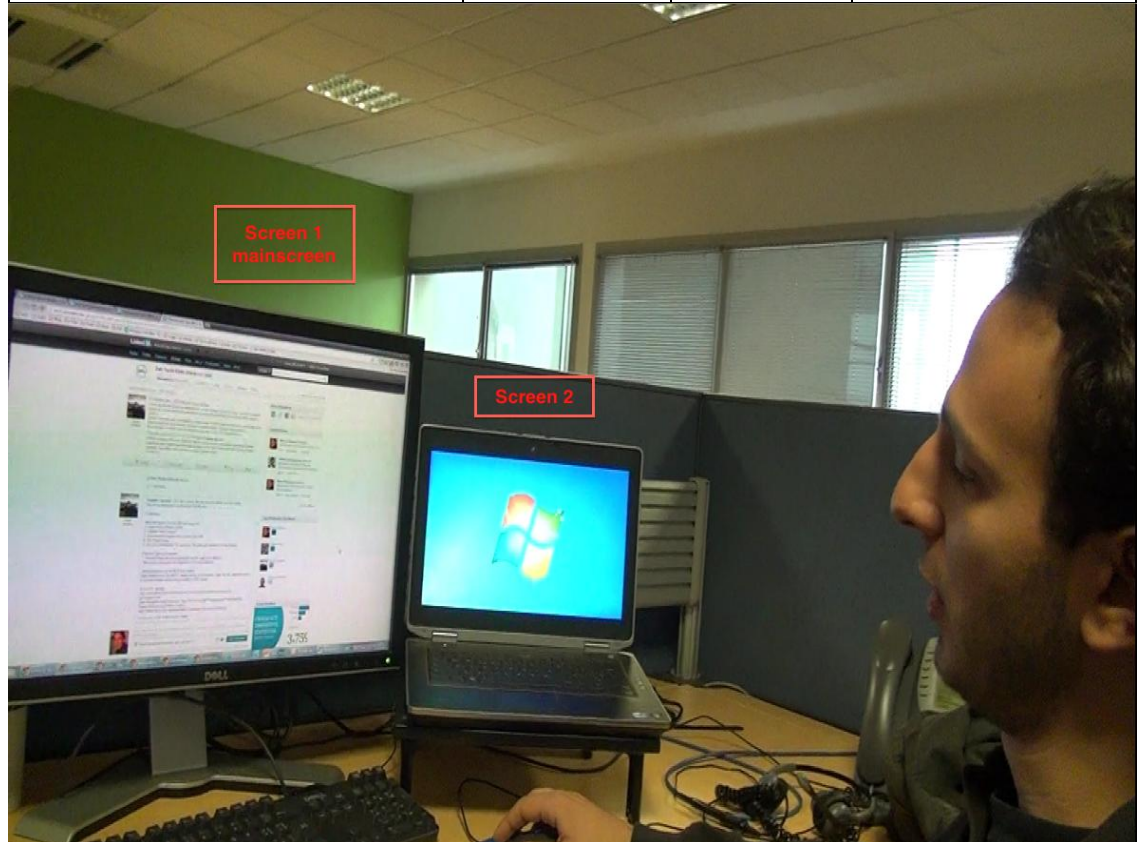
SEQUENCE 1. *A and B are proceeding from a display that established their goal as making two-sided copies of a bound document. Two-sided copying requires an unbound document, so they must begin by making a master unbound copy of their document, using the "Bound Document Aid" or BDA.*

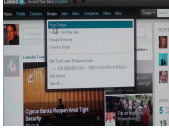
The Users		The Machine	
Not Available to the Machine	Available to the Machine	Available to the User	Design Rationale
A: "To access the BDA, pull the latch labeled Bound Document Aid": (A and B turn to machine) (Points) Right there.		DISPLAY 2	Instructions for copying a bound document: Accessing the bound document aid.
B: (Hands on latch)			
A: "And lift up to the left." (Looks to B, who struggles with the latch) "Lift up and to the left."			
B: (Still struggling)			
A: Okay::			
B: Pull, and lift up to the left. (Looks at picture) Oh, the whole thing. [
A:	Yea.		
B: Lift up and to the left.	Opens BDA		

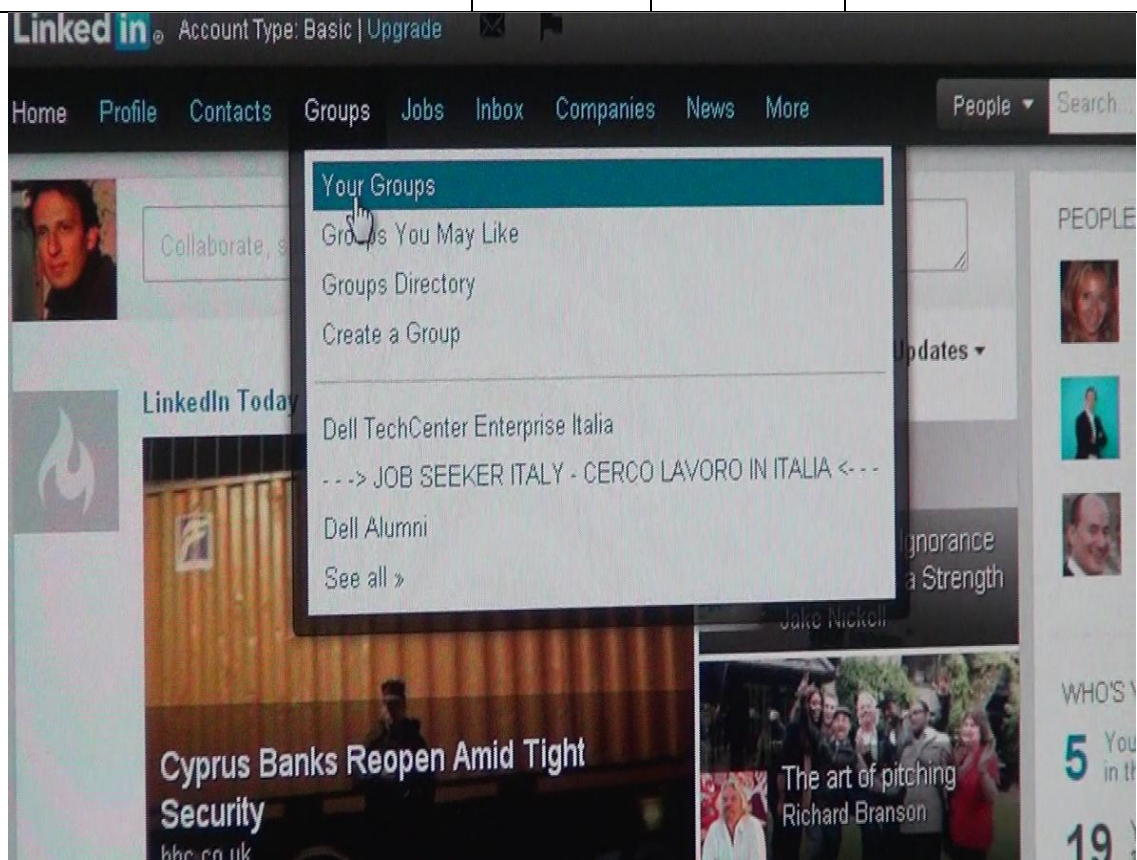
Figure 48 : Modello di trascrizione di Suchman (1987).

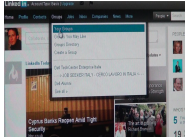
Trascrizione:


Marco (User)		L'artefact de réseau social (The Machine)	
Not Available to the Machine	Available to the Machine	Available to the User	Design Rationale
M. : andando su LinkedIn ci sono dei gruppi di discussione è lì dove si concentra la maggior parte dei professionisti IT	SELECTS « LinkedIn »	SCREEN 1 	

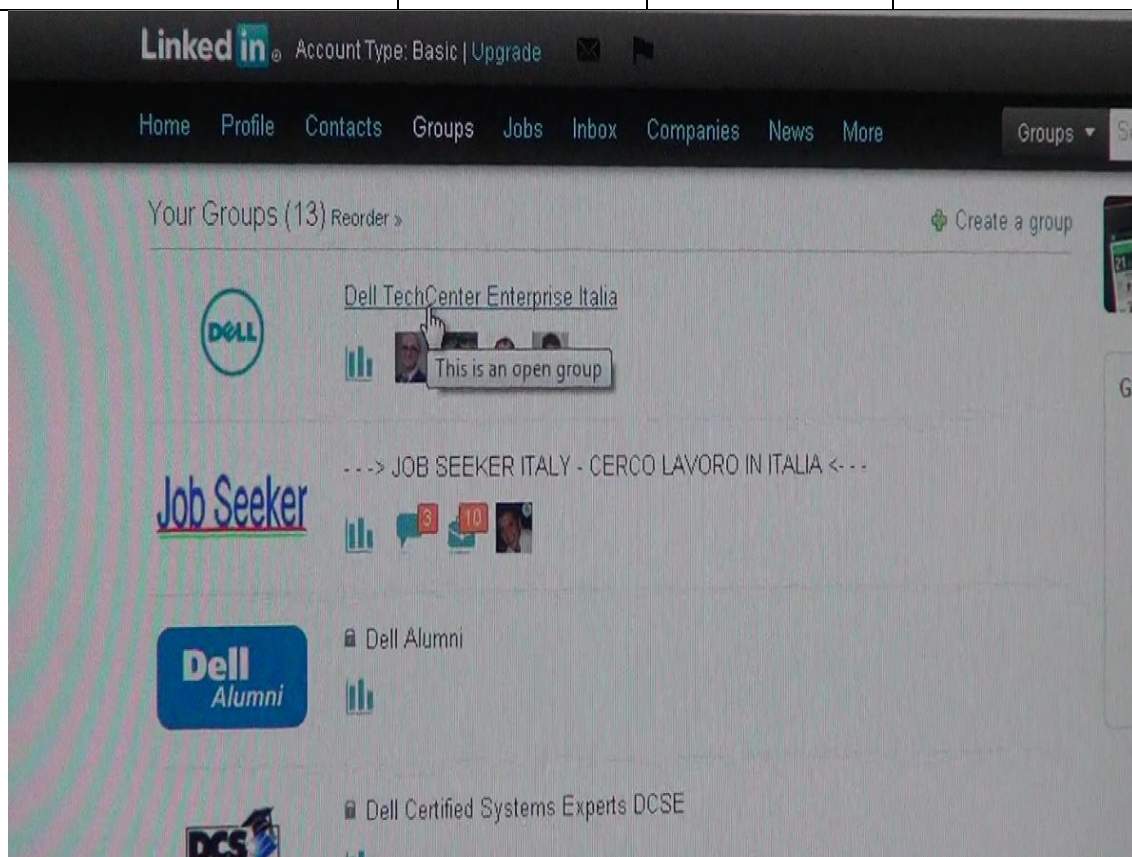


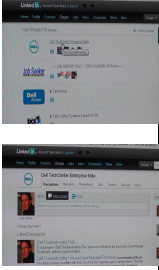
M.: Per esempio adesso io sono iscritto a questi gruppi qua, fondamentalmente ci sono varie discussioni, vabbè ci sono quelle Dell .	SELECT S "Groups"	SCREEN 1 	Menù a barra
--	-------------------------	---	--------------

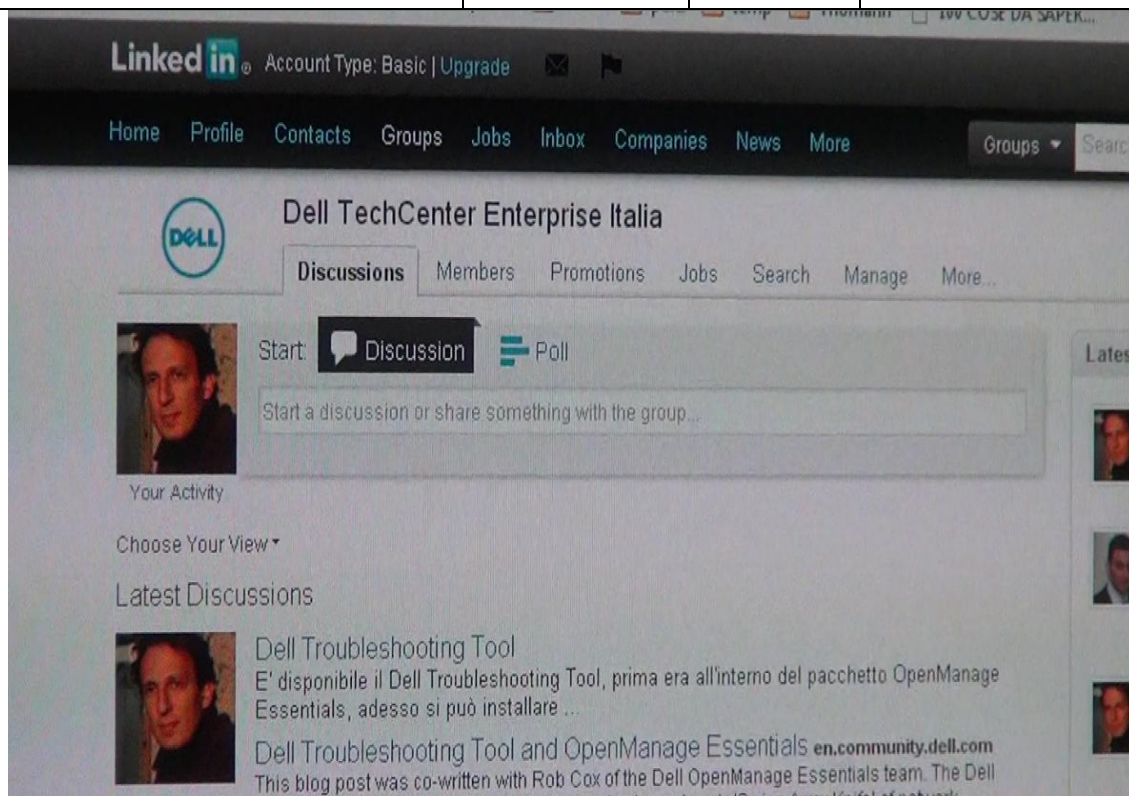


M.: Quello che ho voluto fare è stato accentrare tutte le discussioni che parlano di prodotti Enterprise Dell tecnici,	SELECTS "Your Groups"	SCREEN 1 	Menù a tendina
--	-----------------------------	--	----------------

quindi discussioni tecniche, in Italiano, in un gruppo di discussione.			
M.: Quindi ho aperto questo gruppo di discussione in cui, intanto, la gente può' intervenire dando degli avvisi, delle informazioni su come si va sul supporto tecnico.	SELECTS "Dell TechCenter Enterprise Italia"	SCREEN 1 	



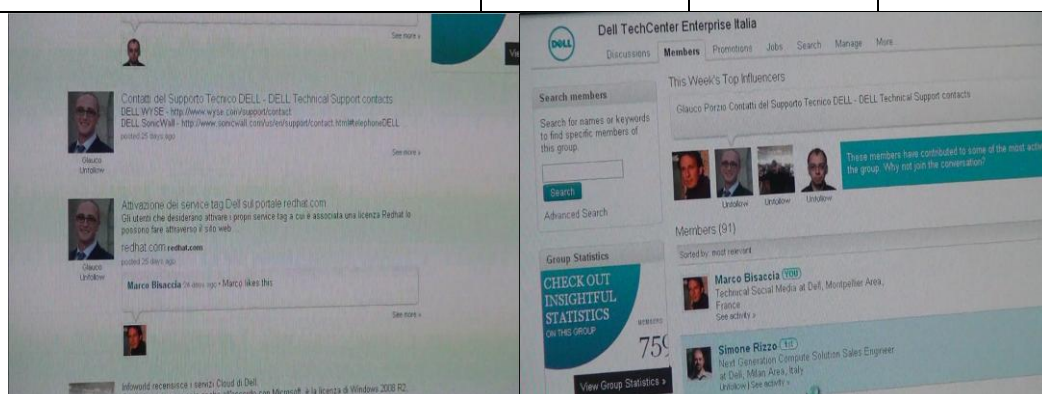
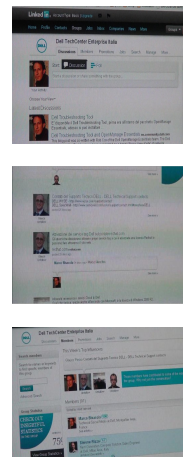
<p>M.: Quindi ci sono io, ci sono dei tecnici Dell che scrivono sopra, ci sono dei clienti anche che scrivono o commentano e, quindi, questo porta a evitare magari, un cliente può evitare di contattarci telefonicamente, ma può esporre la sua esperienza qui su questo, su questo tool, in modo che poi viene condiviso sia anche, sia da tecnici che da commerciali ci sono, per esempio.</p>	<p>SELECTS "Discussion"</p>	<p>SCREE N 1</p> 	<p>1 Menù a barra; 2 Post "Discussion"</p>
--	---------------------------------	--	--

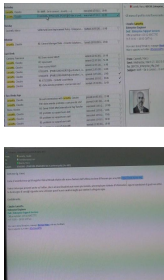


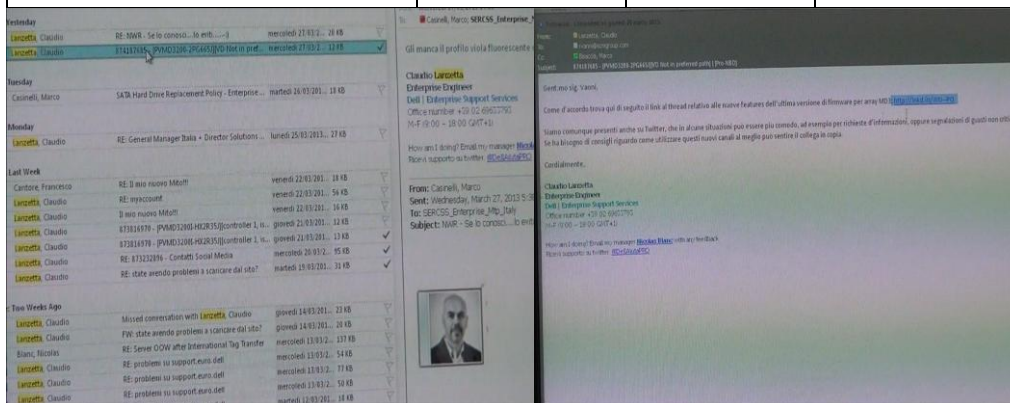
M.: Se andiamo a vedere le persone che sono qua, ecco qua member, ci sono sia tecnici Dell, persone Dell, ma anche, anche clienti. Tutte le persone, comunque, ricevono, per default, una volta a settimana degli aggiornamenti su questo gruppo di discussione poi si può disattivare, pero' il fatto che si riceva degli aggiornamenti e poi ovviamente si può commentare, si può, vabbeh . è una forma diciamo di informazione in più che diamo ai clienti.

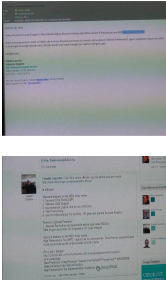
SELECTS
"Members"

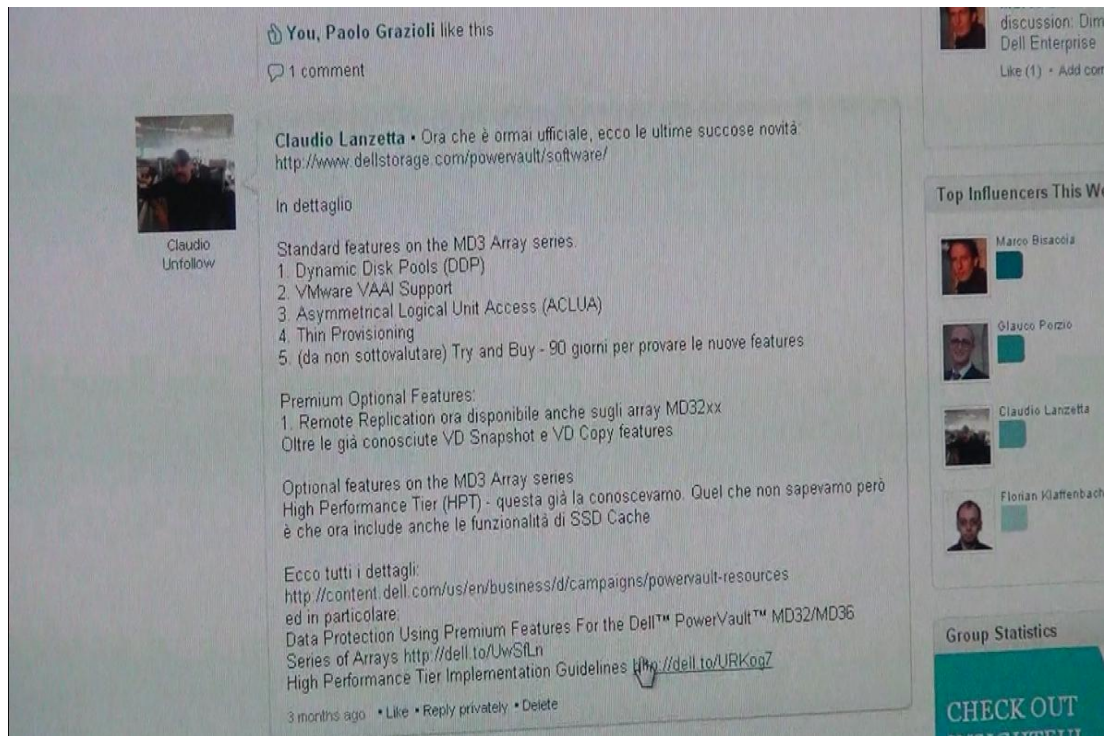
SCREEN
1



<p>M.: Questo poi viene pubblicizzato mediante un nostro, praticamente i tecnici mi mandano a me delle informazioni riguardo a chi può essere interessato come per esempio Peppe, vediamo, che lui mi manda, questa per esempio è un'e-mail del tecnico che è Peppe ha pubblicizzato questo LinkedIn e, quindi, dice al cliente di trovare un'informazione su LinkedIn che può essere utile al suo problema.</p>	<p>SELECTS "87418768 5 - PVMD320 0-2PG665 VD Not in pref ."</p>	<p>SCREEN 1</p> 	<p>Account e-mail personale: selezione mail provenienti dal tecnico.</p>
--	---	--	--



<p>M.: Quindi da il link al cliente e poi mi mette in copia per vedere un po' quanta pubblicità fa il supporto tecnico ai clienti riguardo a questo gruppo di discussione. E qui se si apre questo si può vedere che, probabilmente, è un link tecnico, un link tecnico che è questo qua sì, che è questo Claudio Lanzetta ha scritto proprio il link e poi con altri, a sua volta, altri degli dettagli.</p>	<p>SELECTS "http://Inkd.in/WU-PQ"</p>	<p>SCREEN 1</p> 	<p>Link che riporta direttamente alla risposta del tecnico.</p>
---	---	--	---



Nous avons voulu montrer comment il est possible d'analyser le processus d'appropriation d'un artefact technologique (dans ce cas, la fonctionnalité de LinkedIn de pouvoir créer des groupes pour la gestion des contacts/ communautés *Enterprise Italia de Dell*).

6.4.5 L'infrastructure technologique de la Social Media Team

Au contraire des centres de commande observés dans les années 90 par Christian Heath et Paul Luff (1992) sur les centres de contrôle du trafic de la Barkeloo Line dans le métro de Londres et sur la ligne de chemin de fer Docklands Light Railway en Angleterre, par Isaac Joseph (1994) sur la ligne A du RER de Paris, par Lucy Suchman (1997) sur le trafic aérien d'un aéroport de la côte ouest des États-unis, par Michel Grosjean (2004) sur la centrale d'urgence de Paris ; ici, le centre de commandes ne gère pas beaucoup ! Il ne gère pas le trafic des médias sociaux qui est géré individuellement par chaque SMACCM

Dans ces environnements technologiques denses (Bruni 2005; Bruni & Gherardi, 2007), les artefacts, les machines restent inutilisées et ne sont exposées qu'aux passants et aux clients. Il s'agit de montrer les bijoux de famille, leur force, de montrer de quoi on est capable, le potentiel de Dell et non ce qui s'y fait réellement. Le Social Media Center n'est pas caractérisé comme dirait Lucy Suchman, en ce qui concerne les centres de coordination,,

[...] par la continuelle orientation de ses participants par des problèmes d'espace et de temps, impliquant la mise en place de personnes et d'équipes à distance et en accord sur un horaire canonique ou par la nécessité d'une intervention rapide dans des situations critiques de temps (Suchman 1997: 42).

Dans le cas du *Social Media Center* de Dell il n'y a pas de problème d'espace et de temps, il n'y a pas de participation des personnes et des équipes à distance, il n'y a aucun horaire canonique partagé ni de réponses rapides à donner aux situations critiques. Dans ce cas, la structure technologie sous-jacente dont parle Susan Leigh Star (Star 1999) est mise sur écran *eyest* dormante : le contraire de ce que sont, encore aujourd'hui, les grandes infrastructures technologiques qui font fonctionner le transport, le réseau électrique, de l'eau, du gaz ou l'infrastructure technologique se trouve derrière de grandes organisations publiques et des institutions de l'État.



Figure 49 : Le Social Media Centre de Dell Montpellier en 2015.

Cette réflexion dirige le présent travail dans le fait de ne pas chercher l'infrastructure technologique du *Social Media Center* dans le lieu physique du nouveau *Social Media Center* comme on pourrait naturellement le penser mais dans les pratiques professionnelles des *SMACCM* et dans l'utilisation qu'ils font des outils et des dispositifs technologiques dont ils disposent.



Figure 50 : Le Social Media Centre de Dell Montpellier en 2016.

La confirmation que la *Social Media Teamest* un lieu où rêver (???) arrive plus que travailler est relatif à la Fig. 49, qui montre Jean Marc un des *SMACCM* interviewés, face à un dernier arrivé : trois écrans incurvés récemment entrés en production à *Dell*. Jean Marc est, de fait, face à un jeu vidéo.

Sur la Fig. 48 illustre dans les détails ce qui peut être considéré la réelle infrastructure technologique qui régit l'activité de la *Social Media Team*. Le support technique semble être le centre névralgique à partir duquel rayonnent les autres nœuds de ce réseau dense ; puis il y a la partie *Consumer* et la *Enterprise* avec les différents maillons de la chaîne pour les différentes nations représentées à *Dell*. Le rapport décrit par Marco avec Peppe, un employé de l'assistance technique sert comme exemple. Les deux se retrouvent souvent à travailler ensemble : Marco utilise le chat ou l'e-mail de l'entreprise pour communiquer avec Peppe et lui soumettre les questions en suspens des clients/utilisateurs ; Peppe, pour sa part, d'abord vérifie si cette information a déjà été stockée, et, ensuite, s'il ne trouve rien, une fois qu'il a identifié le problème technique et sa

résolution, il établit un document qu'il envoie à Marco et en même temps, il insère l'information dans les contenus online à disposition de ceux qui ont accès à la plateforme interne de *Dell*. Marco, pour sa part, une fois qu'il a reçu le document, le modifie selon les exigences éditoriales et le publie sur les médias *sociaux* en donnant, enfin, un feedback positif ou négatif à Peppe. Ce processus peut être répété fréquemment pendant une journée, alors qu'un *SMACCM* réussi à poster environ trente-cinq *post* programmés pour une semaine sur *facebook*. Enfin dans ce schéma explicatif de l'infrastructure technologique de la *Social Media Team*., il y a le marketing, qui, paradoxalement, a un rôle marginal dans la gestion des médias sociaux à *Dell*. Les *team leader* cependant, semblent être ceux qui ont une vision plus claire de la situation du groupe : ils sont certainement les plus qualifiés parmi tous ceux qui composent le groupe, et profiter de l'estime de tous, même s'il y a des, comme cela a été déjà souligné, de forts contrastes interne.

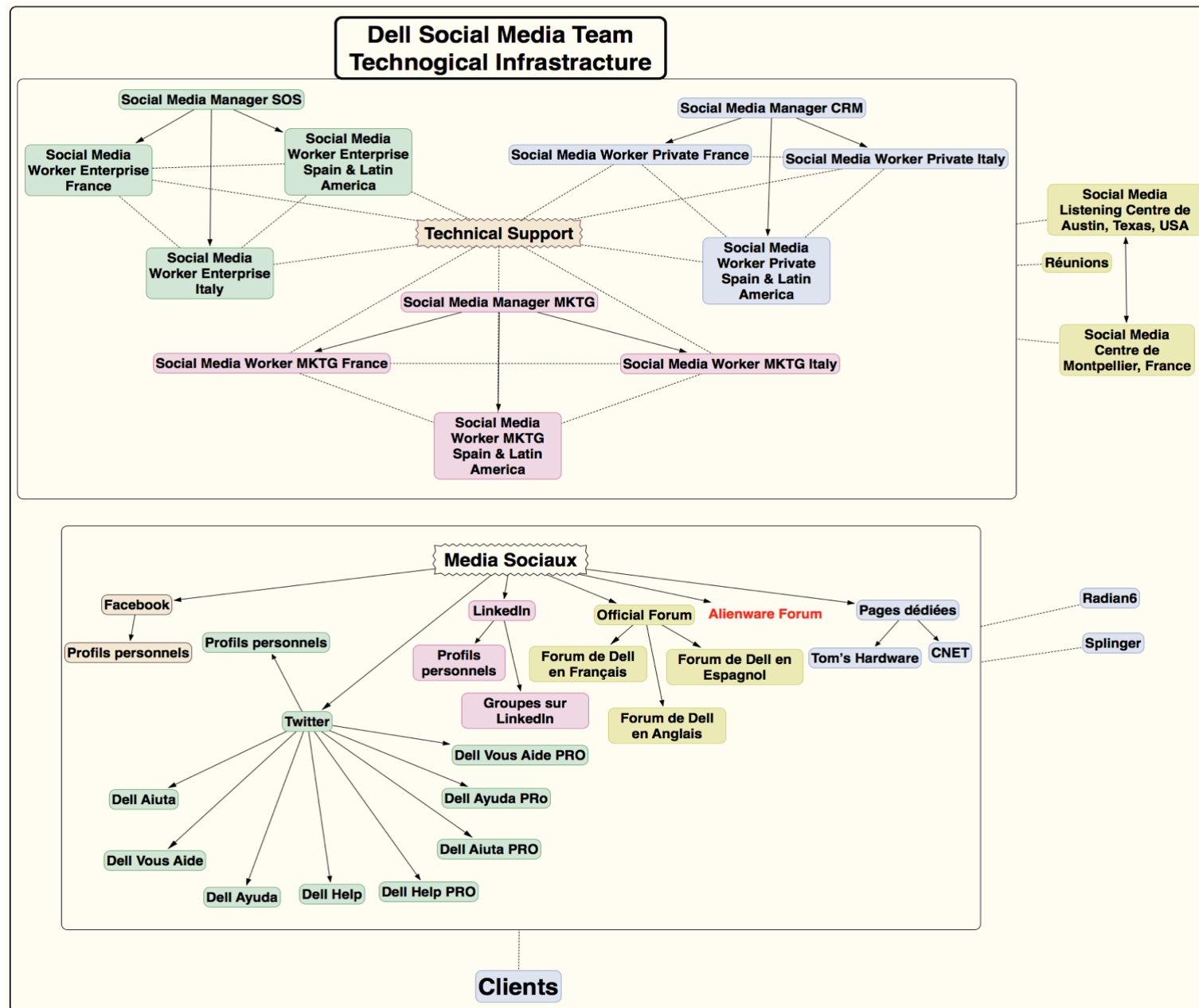


Figure 51 :L'infrastructure technologique de la Social Media Team1

Le *Social Media Center* – donc – ne représente pas encore ce qu'est le *Commande Center* aux Etats-Unis autrement dit un véritable centre de commande pour les social media où on travaille à plein rythme sur des flux d'informations provenant du monde entier. Le *Social Media Center* est pas encore actif, fonctionnel mais est utilisé seulement comme une vitrine des produits *Dell*. Cela n'empêche pas, néanmoins, que à l'avenir, il soit programmé de l'activer et de le rendre productif. En ce qui concerne l'utilisation plus en détail des social media, on doit considérer que sûrement *Twitter* et *facebook* sont les deux plateformes utilisées par les *SMACCM* de *Dell*, mais aussi *LinkedIn* qui est beaucoup utilisé à travers les profils personnels et surtout les groupes qui, dans le cas italien, représente l'unique et vraie communauté de *Dell* pour le côté *Enterprise* sur les *médias sociaux*; et puis ensuite, il y a les différents forums officiels de *Dell* (anglais, espagnol et français mais pas italien), le forum de *Alienware* et d'autres petits forums à propos de *Alienware*, mais non officiels et donc non reconnus et , enfin,, il y a les pages dédiées à *Dell* comme sur *Tom's Hardware* ou *CNET*. Sur *facebook*, les *SMACCM* utilisent principalement leurs profils personnels pour des fins professionnelles et sur *Twitter* il se passe la même chose où même l'entreprise affirme uniformiser les profils de personnels avec une photo au même format pour tous avec une bande, généralement de couleur orangée, qui reporte la mention “*Dell*”. Cependant sur *Twitter*, les comptes “*Dell Aiuta*” (*Dell vous aide* en français *Dell Ayuda* en espagnol, *Dell Cares* en anglais) sont particulièrement actifs et utilisés. Ils se présentent comme de véritables centres d'aide qui font plus que contribuer et assister, dans le sens que la façon de faire est moins formelle, plus conviviale et, par conséquent, moins professionnelle d'une certaine façon: on essaie d'aider, cela ne veut pas dire qu'on réussit Parmi les profils *Dell Aiuta*, il existe aussi une version “*Pro*”, autrement dit “*Dell Aiuta Pro*”, pour les entreprises.

L'ensemble de ces profils sur les différents *médias sociaux* sont gérés par les *SMACCM* par le biais de différents outils que nous avons déjà analysés précédemment.

6.5 La formation du SMACCM : le passé et le présent

La formation qualifiée et qualifiante apparaît plus que jamais comme la ressource qui peut faire toute la différence : à charge de l'autodidacte qui doit improviser créant une méthode de travail sans aucune compétence pédagogique et didactique avec un pourcentage très élevé d'échec ; l'école, l'université, l'enseignement supérieur, et de formation, aujourd'hui, doivent évoluer en dotant les étudiants), les travailleurs et les professionnels, jusqu'à ce que le principe de l'activité d'étude ou de travail, avec un certain nombre d'outils, de connaissances, l'utilisation des ressources en réseau et, en particulier, les possibilités infinies qu'*Internet* offre.

Des secteurs où l'informatique est seulement la base pour une formation plus large, qu'aujourd'hui est défini *e-learning*¹³² (Arcangeli & Diana 2008; 2009; Diana & Ferrari 2012; Duthoit & Metz 2012; Diana 2013; Catone & Diana 2015). En se faisant témoin du fait que nous sommes face à une phase de maturité du *web*, où la création, la gestion, la publication et la consommation de contenu sont le véritable pivot sur lequel se tissent des relations professionnelles et se créent des opportunités de travail (Ferrari 2015a; 2015b; 2015c).

Dans ce cadre, il y a trois ans, dans l'environnement du *customer service* et du *support technique* de *DELL* Montpellier, dans le cadre de la formation professionnelle à l'intérieur de la société et en suivant les directives venant des États-Unis; a commencé à émerger le besoin de former des figures professionnelles qui s'occupent de la gestion des profils sur les *médias sociaux* de *DELL*. En autres, le *Command centre* a été reproduit à Montpellier sous le nom de *Social Media Centre*, comme nous l'avons déjà indiqué, e, et dans l'intention, doit être utilisé pour la partie *outreach* et pour la partie marketing.

Pour être capable de faire cela, tu dois d'abord créer une culture de toutes les solutions en ligne disponibles, et si tu ne le crée pas en interne, tu ne pourras jamais donner un support online aux clients [Giovanni, *team leader*].

¹³² L'utilisation des technologies multimédia et d'*Internet* afin d'améliorer la qualité de l'apprentissage facilitent l'accès à des ressources et des services, ainsi que les échanges et la collaboration à distance (création de communautés virtuelles d'apprentissage) (Arcangeli & Diana 2008; 2009; Diana & Ferrari 2012; Duthoit & Metz, 2012; Diana 2013; Catone & Diana 2015).

Pour l'occasion, nous avons créé un programme de formation ad hoc pour l'utilisation consciente des médias sociaux et d'outils pour leur gestion pour atteindre une grande compétitivité sur le marché. Pour cela Dell, a créé le *l'Université Social Media and Communauté* avec un processus de certification des employés, qui sont obligés de suivre un certain type de *formation*, c'est-à-dire un parcours avant de travailler sur les médias sociaux au nom de l'entreprise. [Giovanni, *team leader*].

À partir du moment où Giovanni, au cours de son interview, n'est pas entré dans les détails de la façon dont s'organisaient les cours et la pédagogie de *l'Université de Dell*; à l'occasion d'autres entretiens nous avons demandé des explications à cet égard, aux autres membres de l'équipe:

L'appeler "université" est un peu exagéré : ces cours en ligne, nous les avons suivis en trois jours. A l'intérieur de la plate-forme de l'entreprise, des modules divisés en trois parties ont été chargés : l'un sur la gestion des profils, l'autre sur la création de contenu et, enfin, sur la communication et le comportement des clients sur les médias sociaux et dans le chat. Il n'y a pas un vrai examen mais plutôt des *quiz*, très faciles à faire. En trois jours tous ceux qui le font obtiennent la certification pour travailler *Twitter* ou *Facebook* [.] Il y a aussi un manuel (Fig. 49) on trouve tous les contenus des modules en ligne. [Tanguy, *stagiaire*].

Il s'agit, donc, de trois parcours de formation divisés en modules. Les aspirants *SMACCM* de Dell doivent passer les trois cours, et, suite à cela, ils sont alors habilités à travailler sur les médias sociaux de Dell et à gérer les profils Dell.



Figure 52 : Le manuel (Workbook) de l'Université de Dell

Aussi, une nouvelle *équipe* a été constituée et rapidement la nécessité de créer une nouvelle figure professionnelle au sein de l'entreprise est née. Cette figure

professionnelle allait jouer le rôle de l'opérateur dans les espaces de travail créé¹³³. Ce rôle nécessite une connaissance informatique et technique suffisante pour une utilisation agile et consciente des principaux instruments des médias sociaux et des ressources en réseau; mais, d'une manière particulière, il nécessite aussi une attitude et de l'expérience de gestion et d'animation des *community*, forum, chat et de création et de gestion de contenu en ligne. A *Dell*, quand la *Social Media Team* a été créée en 2012, personne ne correspondait à ce profil du point de vue des diplômes et de la reconnaissance professionnelle, autant, et surtout, du point de vue du *savoir-faire*, que des compétences. Jusqu'à il y a quelques années, l'utilisation des médias sociaux était restée à l'usage exclusif du secteur *marketing* des entreprises; alors, chaque jour, cela est devenu une exigence d'autres domaines de l'entreprise. On se souvient, par ailleurs, que *Dell* est arrivé tardivement sur les médias sociaux¹³⁴ et donc, n'avait pas développé d'*expertise* dans ce domaine. La raison de ce changement de point de vue, à l'égard de l'utilisation professionnelle des médias sociaux, est venue pour la plupart du monde du travail d'avoir des figures professionnelles capables de “*rester*” sur les médias sociaux pour gérer les comptes, les profils et les contenus sur les plateformes des *médias sociaux* les plus connus, sur les pages, et les forums officiels de l'entreprise et sur les *pages dédiées* ou sur les forums externes ; cela concerne de plus en plus de tâches dans des contextes d'apprentissage différents. Les médias sociaux et, en particulier, les nouveaux instruments pour opérer sur *les médias sociaux*, permettent, dans de nombreux cas, aux professionnels de s'approprier des instruments de travail tellement efficaces pour permettre non seulement de réduire non seulement les distances spatio-temporelles dans la communication avec les clients, mais aussi de développer plus de rôles et plus de fonctions à l'intérieur du même groupe de travail ou à propos d'un projet à réaliser. L'acquisition de compétences devient quotidienne et continue (*lifelong learning*), et est souvent véhiculée par un simple écran. Les médias sociaux deviennent déterminants : positionnés au centre du processus productif du travail *immatériel*.

¹³³ Les profils sur les médias sociaux.

¹³⁴ Giovanni, dans son entretien, nous a dit qu'en 2008 (par. L'entrée de *Dell* sur les médias sociaux généralistes *pag. del presente lavoro*). Juste pour apporter quelques exemples: *Youtube* est né en 2005, *facebook* (pour tous), et *Twitter* en 2006. Pour une entreprise *high tech Dell* – donc un retard de deux/trois ans est quelque chose de considérable.

Il devient indispensable, donc, de s'en servir et d'être conscients du fait qu'ils représentent *lecore* de ces nouveaux métiers.

Ces postes vacants dans le nouveau groupe de travail, donc – à la fin des sélections pour leur affectation, ils ont été employés par des professionnels provenant, en ce qui les concerne, plus du *support technique*; portant avec eux toutes les problématiques d'une formation et d'une expérience à *sens unique*, qui a toujours ignoré une certaine sensibilité à la sphère humaniste. La même utilisation de ces plates-formes de social *networking* est menée dans une manière spéculaire, sans tirer parti de toutes les possibilités que ces outils offrent. Cette nouvelle figure professionnelle est appelée à tort *community manager* ou social media *analyste* ou, même, *content analyst*: avec une forte orientation vers des attributs technico-informatiques et l'expérience antérieure dans d'autres secteurs d'activité de *DELL* à propos des attitudes à avoir sur les médias sociaux, l'âge et les études réalisées. L'accostage des *Social Media Team* est vu presque comme une récompense par rapport à l'ancienneté, un point d'arrivée pour de nombreux travailleurs à *Dell*: c'est l'occasion pour ne plus travailler avec le téléphone, de diminuer le stress pour avoir des rythmes plus lents,

Ils m'ont dit qu'ils étaient à la recherche de personnes qui travaillent sur les médias sociaux, alors j'ai participé aux sélections, j'ai fait l'entretien et j'ai été prise. [.] Je suis contente parce que maintenant le travail est plus dynamique et j'ai la possibilité de parler souvent en anglais parce que j'adore parler en anglais ! [Valérie, content analyst].

Lorsqu'on travaille avec les médias sociaux, tout change : je n'ai pas à répondre au téléphone et à passer des heures et des heures à donner des explications aux clients. Répondre sur Facebook ou sur Twitter, c'est différent : il n'y a personne qui met la pression, c'est pas comme le téléphone ! Tu as le temps de répondre calmement, de faire des petites recherches afin de répondre au mieux. Les temps sont différents et je suis plus détendu. [.] Même ma vie de famille a été affectée de manière positive. Après de nombreuses années à répondre au téléphone, c'était comme une sorte de promotion ! [Antonio, SMACCM Espagne et Amérique Latine]

Dans ce cas, la “culture d'entreprise” a orienté le choix des opérateurs et c'est la même culture d'entreprise qui les inspire dans leur méthodologie de travail. En reconstruisant les trajectoires biographiques des *SMACCM*, on constate dans leur *curricula* qu'ils ont des biographies professionnelles qui n'ont pas subi de forts virages vers les aspects *médias sociaux* de la profession : face à l'évidence d'un *background* professionnel qui demande des connaissances spécifiques dans une méthode de gestion de plateforme de *social networking* et de création de contenus,

la majeure partie d'entre eux n'ont pas cherché à compléter leur propre *curriculum vitae* à travers des cours de formation, des cours de mise à niveau, des séminaires, des participations à des colloques ou autres, mais se limitent à suivre les lignes directrices énoncées par l'entreprise :

Non, nous ne faisons pas de formations externes. Parfois, ils organisent des réunions internes ou, maintenant, ils vont tous à des *webinaires* et suivent. Aujourd'hui justement, j'en ai un mais ils ne sont pas organisés de manière régulière : il peut y en avoir peut être deux en un mois, quatre dans l'autre, on ne peut pas savoir. [Marco, *SMACCM Italie*]

Les lacunes qui se répercutent dans l'utilisation des médias sociaux avec les clients/utilisateurs. Les *SMACCM* tous âgés de plus de trente ans ont, presque tous, une formation en informatique. Les deux stagiaires (Vanessa et Tanguy), au contraire, ont plus de compétences sur les *médias sociaux* et ont une plus grande conscience à propos des véritables potentiels de l'utilisation des médias sociaux. Sur ce point, nous avons identifié essentiellement quatre raisons principales:

1. Jusqu'à il y a quelques années, comme on l'a noté précédemment, l'accès à des instruments de travail a été l'apanage de quelques *initiés*, qui réussissaient à démêler des langages de programmation complexes ; en présence de la grande majorité d'*analphabètes numériques* exclus, *a priori*, de l'accès et l'utilisation de telles ressources. Nous arrivons aujourd'hui à une plus large et partagée alphabétisation et les nouvelles générations de *digital natives* sont plus susceptibles d'utiliser et de s'approprier ces nouvelles connaissances médiées par les nouvelles technologies;
2. Les artefacts et les interfaces culturelles sont devenus plus *ergonomiques friendly* allant jusqu'à satisfaire les besoins de l'utilisateur final : il ne faut pas connaître des langages de programmation particuliers et complexes pour créer son propre blog ou son site web. Dans le cas spécifique des *SMACCM* il est important de trouver et d'utiliser des ressources et des artefacts plus intuitifs, complexes et avec une quantité incroyables de différentes fonctionnalités : l'objectif est la gestion des contacts *en ligne* et le contenu, la création, l'animation et la gestion de la *communauté*, la transmission et la diffusion des connaissances, les techniques qui

limitent l'utilisation du téléphone par les clients pour atteindre le *customer service*, réduisant les trafics téléphoniques d'entrée, et, enfin, une utilisation appropriée et productive pour l'entreprise des artefacts technologiques et les ressources de réseau ;

3. L'avènement des médias sociaux a mis l'accent sur les *contenus*: sur un *message* plus que sur les *moyens*. Avec cela, nous ne voulons pas contredire Marshall McLuhan, nous voulons affirmer un concept fondamental de l'identité des nouveaux professionnels : les travaux du XXI^e siècle seront de plus en plus centrés, d'un côté, sur la fabrication, la transformation, l'articulation, la réarticulation et la manipulation des sens, des contenus sémantiques, des technodiscours ; d'autre part, l'interaction *homme-social-homme*, *homme-social- nombreux* et *nombreux social- nombreux*. Où tombe les barrières des moyens de communication de masse *tout court* ou de la médiation institutionnelle *top-down* se crée une “*auto-communication de masse*” (Castells 2009: 64), dans laquelle l'utilisateur sélectionne et organise l'information à travers une série d'objets technologiques sociaux qui filtrent de son point de vue particulier, les messages et les connaissances¹³⁵ (Castells 2009: 146). Dans ce cas spécifique, le *SMACCM* vit plongé dans les médias sociaux, qu'il utilise dans toutes ses activités de travail : de l'utilisation des forums thématiques, à la création de *communauté* de clients *entreprise* ou privés sur *LinkedIn*, *Twitter* *Facebook* pour transmettre des informations ou donner vie à des “conversations” à l'aide du *chat* où se partagent des idées, ou des plaintes sur les services ou sur les produits ; de l'utilisation de plates-formes internes pour l'*e-learning* pour partager du matériel pédagogique, de programmation et de *scénario*, à l'organisation de *call conference* pour le partage à distance ou pour répondre

¹³⁵ “La culture de l'individualisme trouve sa plate-forme de choix dans l'univers varié dans l'auto-communication de masse: *Internet*, la communication *sans fil*, jeux, *en ligne* et les réseaux numériques de production, la modification et la distribution de la culture. [...] La culture de l'individualisme peut trouver sa meilleure forme d'expression dans un système de communication, caractérisé par l'autonomie, retification horizontale, interactivité, et la recombinaison de contenu à l'initiative de l'individu et de ses réseaux” (Castells 2009: 152).

simultanément aux problématiques des divers *équipe* qui travaillent sur les médias sociaux dans le monde, et pour susciter un débat interne sur leur utilisation;

4. Les figures professionnelles telles que les *SMACCM* commencent à prendre corps et multiplient les parcours de formation formalisés par les universités et les entreprises afin de répondre à certains besoins du marché du travail et créer des profils professionnels.

6.6 Le SMACCM se présente et s'autodéfinit

À partir des entretiens et de l'observation, il a émergé clairement le fait que les mêmes composants de la *Social Media Team* ont des visions et des approches différentes de l'utilisation des médias sociaux. Cela est dû, avant tout, aux différents *backgrounds* des membres du groupe.

On peut distinguer, de fait, les trois principaux sous-groupes suivants :

- ceux qui viennent du *technical support* (*SOS Outreach, Enterprise*);
- ceux qui viennent du *customer service* (*Consumer, Enterprise*);
- ceux qui viennent du marketing.

Déjà, dans l'organigramme du groupe de travail (*Fig. 35*) nous avons identifié une division entre les *SMACCM* qui travaillent, d'une certaine façon avec les entreprises (*Enterprise*) et ceux qui travaillent avec les clients particuliers (*Consumer*). Nous avons également parlé de la présence marginale des professionnels du secteur marketing, qui ont plutôt un travail de supervision et de contrôle. Ce rôle est bien mis en évidence par les mots de Stéphanie, qui travaille dans le département de marketing de Dell depuis dix ans, et qui définit son engagement dans le *Social Media Team* en tant que “bénévole”:

Je travaille à *Dell* depuis dix ans, dans le passé, j'ai travaillé comme *product manager* et je travaille maintenant pour l'online pour la partie *consumer* et je travaille en plus comme volontaire dans la *Social Media Team* et, en particulier, sur *facebook*. [Stéphanie, *SMACCM, France*]

Au début de chaque entretien, nous avons choisi de faire une demande de type “brise-glace”, pour entrer immédiatement dans le cœur de la conversation sans paraître trop envahissants ou intrusifs dès le début. La question a été formulée simplement en ces termes : “Que fais-tu ?”¹³⁶,

Cette simple question nous a permis de laisser immédiatement un espace à la narration biographique des répondants, qui depuis le début, ont commencé à définir des chemins et des trajectoires biographiques de leur carrière professionnelle.

¹³⁶ Décliné, bien sûr, en italien, mais aussi dans les deux autres langues qui ont été utilisés pour faire passer les entretiens et pour communiquer avec les *SMACCM*: l'anglais et le français.

Se présenter et se représenter n'est jamais une chose simple, bien sûr, et l'embarras et la perplexité de l'interviewé d'avoir à répondre à une question si simple, mais tellement complexe à articuler dans les détails et dans ses références, doivent toujours être incitatif pour l'intervieweur pour essayer de mettre à l'aise son interlocuteur: il est donc nécessaire de savoir “écouter” (Diana & Montesperelli 2005; De Lillo & al. 2010).

Andrea, par exemple, a d'abord un peu de mal à répondre : il est gêné et ne savait pas bien comment répondre à la question ; il enchaînait quelques tours de parole dans son discours mais ne réussissait pas à arriver à une conclusion. Après quelques tours de paroles, il dit:

Pratiquement, notre travail consiste suivre des comptes *Dell* sur les médiassociaux des medias, tels que *facebook* [Andrea, *SMACCM, Italie*]

Cette définition, enfin, a pu être prise comme point de départ pour définir ce qu'est un *SMACCM* : la première et plus importante activité qui consiste à suivre des "comptes" des profils, *account* officiels *Dell* sur les médias sociaux. Ce qui veut dire qu'il doit gérer les flux d'informations qui circulent sur les médias sociaux sous forme de *tweet*, *post*, messagerie instantanée à travers divers formats (texte, images, audio, vidéo, connections hypertextes), qui contiennent de la forme et du contenu.

“Suivre” des comptes au nom d'une entreprise signifie aussi porter le nom : cela signifie être garant pour l'entreprise devant les clients et représenter la même organisation aux yeux des utilisateurs des *médias sociaux*. Cet infini (le fait de suivre) implique déjà, alors, la responsabilité personnelle devant leur employeur et, dans ce cas, avant face à *Dell* et à son image sur les médias sociaux.

La responsabilité et la gravité de la tâche peut également être perçue dans les mots d'Antonio qui est “*community manager per i social media*” suppose, dans ses mots, un rôle mondial pour la population hispanophone : “Nous sommes séparés par des langues et non par des nations.”

Je suis le community manager pour les médias sociaux pour les Pays hispanophones de langue espagnole. Donc, j'utilise *Twitter*, *facebook*, des *communautys*, et des forums en espagnol: nous sommes séparés par les langues, et pas par les nations, par conséquent, je travaille avec tous ceux qui communiquent en espagnol avec *Dell* à travers les médias sociaux : s'ils écrivent en espagnol, c'est moi qui dois leur répondre. un autre aspect important de mon travail est d'écouter ce qui se dit sur *Dell*: c'est-à-dire vérifier ce que les gens disent à propos de Dell sur Internet, dans les articles

ou posts en espagnol sur l'ensemble du réseau et d'interagir avec les gens qu'ils ont besoin de le faire [Antonio SMACCM, Espagne & Amérique Latine]

Antonio s'occupe, alors, de tout ce qui *est social* pour les hispanophones, et non seulement pour les espagnols. Il ne s'occupe pas seulement de gérer les pages *Dell* en espagnol sur les médias sociaux généralistes, mais il prend également soin de l'image de *Dell* dans le monde social et sur le web :il doit “écouter”, faire attention à tous les contenus en langue espagnole, notamment textuels, qui sont générés sur le réseau où il est mentionné ou fait référence à *Dell*. Dans lapartie. 6.4.1 du présent travail, dans la présentation de *Radian6*, on a montré comment Antonio réussit à gérer tous les flux et les différents comptes de *Dell* Espagne sur les médias sociaux (Fig. 43) grâce à une organisation “personnalisée” de l'interface de *Radian6*: Antonio – de fait– a créé une session (*Ent - Spanish Global*) où il recueille par exemple,tous les messages en langue espagnol des comptes de *Dell* et a mis au point un espace où il fait un compte-rendu de toutes les activités des différents profils en langue espagnole (*My Tasks*).

Dans la présentation de leurs fonctions, les SMACCM semblent affirmer aussi une certaine propension à l'action, à être “proactif”, pour atteindre les clients, à les trouver. Il y a sans doute un changement de perspective : de la passivité des outils tels que le téléphone ou le mail où l'on pouvait gérer qu'un seul contact à la fois où on était “trouvé” par des clients plutôt que de les trouver, on se dirige avec les médias sociaux à être extrêmement actifs : il faut “chercher”, “réaliser”, “être attentif”, “trouver”, “écouter” le client. L'utilisation, dans les entretiens, de tous ces verbes qui comprennent, impliquent et disent une action, un acte de la part de ceux qui travaillent sur les médias sociaux représente un grand changement.

Nous nous occupons de la part de médias sociaux pour *Enterprise* et de tous les produits *serveur storage networking*. Donc ce que nous faisons est de communiquer avec des personnes par le biais des médias sociaux, puis *facebook*, *Twitter* et maintenant il y a aussi *LinkedIn* et, donc, à l'aide de nouveaux canaux de communication qui ne sont pas ceux du téléphone et e-mail : nous atteignons, disons les clients par ces canaux. [Marco, SMACCM, Italie]

Ainsi, ils ne se limitent pas à délimiter leur propre champ d'action à l'aide, à l'assistance aux clients à travers les réponses à leurs questions mais le rôle est beaucoup plus important : de connecter et d'être un intermédiaire entre les différents départements. Un rôle qui prend de l'importance, en particulier dans la

production et la gestion de contenus, notamment les textes, mais pas seulement. Dans ce cas, la figure du *SMACCM* devient essentielle pour la génération et la publication de contenus sur les médias sociaux et, par conséquent, également pour le marketing et les autres secteurs doivent se coordonner avec eux.

Travail dans les *médias sociaux et la communities team*. Nous nous appelons *SOS*”, donc nous sommes spécialistes de l’*“outreach”*, donc généralement nous aidons à répondre aux questions soulevées par nos clients ou sur les médias sociaux, et les *community* et nous avons aussi d’autres rôles de travail dans ce secteur. [.] Nous travaillons beaucoup en tant qu’opérateurs du support technique pour être une plate-forme *sociale*. Par conséquent, nous ne travaillons pas dans le court terme, mais nous travaillons sur le long terme. [.] Notre travail n’est pas fondé uniquement sur la réponse aux questions des clients sur les plates-formes *sociales*, nous travaillons sur l’ensemble, de fait et sur tous les services. Nous travaillons également en collaboration avec notre service marketing. Nous participons à la rédaction de tous les *posts* éditoriaux pour *Dell France*, pour *Alienware France*. En fait, nous avons de nombreux contacts dans de nombreux départements. [Jean-Marc, *SMACCM, France*]

6.7 L'évolution du travail de SMACCM par rapport au passé

À partir des entretiens, il ressort que l'un des changements les plus évidents, et, d'après les opinions des personnes interrogées, l'amélioration des conditions de travail et la qualité de vie, a été la transition de l'utilisation du téléphone à l'utilisation des médias sociaux pour répondre aux questions des clients¹³⁷. *Dell*, de fait, essaie de déplacer de plus en plus d'opérateurs sur les médias sociaux, qui auparavant répondaient aux appels téléphoniques, et qui, aujourd'hui, “ sont sur *facebook* tous les jours et sont très heureux!” [Giovanni, *team leader*].

Ah, c'est vrai! Avant, mon téléphone était mon outil de travail privilégié : il était toujours avec moi, je parlais au téléphone, ou j'envoyais un mail, mais maintenant je l'utilise peut-être une fois par jour ! [Eric, *SMACCM France*].
Le travail a changé à 100% ! [.] tu n'as pas le même stress qu'au téléphone, tu peux gérer toi tout le travail, tu as le temps d'aller chercher les réponses, parce que quand tu es au téléphone, s'ils te posent des questions, tu dois chercher tout de suite la réponse parce que tu l'as en ligne. Au lieu de cela, avec ceux-ci [*médias sociaux*], tu as le temps de prendre des informations et tu es plus détendu, tu es moins stressé et plus constructif, parce que les médias sociaux te permettent de te comparer avec les autres sur le forum et d'apprendre beaucoup de choses. Tu apprends également de *Dell*, tu apprends des choses: par exemple, sur ce forum, *Alienware*, les gars qui écrivent ici ont plus de connaissances que des personnes qui travaillent à *Dell* et donc, ils t'apprennent plein de choses même quand ils travaillent entre eux. [Andrea, *SMACCM Italie*]

Les entretiens parlent de cette transition de technologies et d'artefacts comme d'un changement historique, presque anthropologique. Certainement, sans vouloir réinterpréter leurs paroles, il semble clair que l'avènement des médias sociaux, du moins pour eux a bouleversé leurs vies et celles de leurs proches. On parle, aussi, d'une sorte de libération du téléphone, comme si cet objet, cet instrument de communication qui a accompagné l'homme tout au long du XXe siècle et que, encore aujourd'hui, occupe une place importante dans notre existence (avec la seule différence qu'aujourd'hui, il a changé de nom et qu'on le porte dans notre poche); cet objet, par conséquent, représente dans le même temps, les chaînes et les cravaches pour ces travailleurs qu'ils attendaient avec impatience de s'en

¹³⁷ Pour une analyse du débat sur les *helplines* et les médias sociaux, on se reportera à *par. Dell vous aide. Des helpline aux médias sociaux : procédures et problématiques*.

libérer. Mais la résignation de rester sous ce joug était si profonde que la surprise et la joie de s'en débarrasser étaient très grandes ! Une surprise et une joie qui semble parcourir les réponses que les *SMACCM* ont donné à cet égard :

Avant j'attendais devant mon ordinateur de recevoir un appel d'un client. Maintenant, c'est nous qui attendons les clients, nous essayons d'aller plus vite, parce qu'au téléphone il y a seulement deux personnes qui parlent, personne ne peut écouter la conversation, mais ici, si quelqu'un est en train de parler avec vous et tout le monde peut voir et lire la conversation, et donc c'est vraiment quelque chose de différent ! [Adem, *SMACCM, Turquie*]

À cet égard, lors de l'entretien avec Jean-Marc (*SMACCM, France*), de l'autre côté du couloir qui sépare la *Social Media Team* d'une autre équipe ; un opérateur *Dell* commercial décroche le combiné et commence une conversation très longue avec un client. L'opérateur est debout à aller et venir dans l'espace central de la réception. Il clôt l'appel téléphonique avec le client (une entreprise), et appelle immédiatement un collègue dans le secteur commercial et commencer à discuter de manière animée sur des sujets liés à un type particulier de garantie. Son ton n'est pas irrité, mais impératif, et constamment élevé: il est impossible de ne pas entendre sa voix. Le “bruit” du fond est trop fort et on décide, d'un commun accord, d'interrompre l'entretien et de prêter attention à la conversation. La discussion avec le collègue de l'entreprise devient de plus en plus animée, et se retrouve avec un juron. Le commentaire de Jean-Marc a été

T'as vu ? Moi aussi, j'étais comme ça, avant de travailler avec les médias sociaux [Jean-Marc, *SMACCM, France*]

A entendre Jean-Marc et d'autres, on dirait qu'ils parlent presque d'un groupe de “survivants”, plutôt que de professionnels qui ont travaillé pendant de nombreuses années dans l'une des plus importantes multinationales dans le monde.

En collaboration avec l'émerveillement, cependant, la conscience d'être confrontés à de nouveaux outils, à de nouveaux médias qui posent de nouveaux défis qui posent de nouvelles problématiques et l'exigence de se les approprier et d'apprendre à les utiliser à des fins professionnelles commence à mûrir. Une nouvelle dynamique internationale avec le client, devenu dans l'intervalle, l'utilisateur, le “*proconsumer*”, lui aussi le créateur de contenus sur le web (*user-generated content*) se développe.

Si, ça a changé beaucoup comme les *IT*: les *IT* changent chaque jour ! Par conséquent, nous devons adapter notre travail à de nouvelles technologies et

de nouvelles entreprises, de nouvelles personnes viennent à nous. Par exemple, le fait de lire ce qu'écrivent les clients est complètement nouveau pour nous, et toutes les nouvelles générations qui entrent sur le marché du travail peuvent utiliser l'ensemble de ces outils, par rapport à il y a dix ans, il y a cinq ans on utilisait que le téléphone. [David, *SMACCM, Espagne*]

Les références d'espace et de temps se perdent : celui qui écrit, de l'autre côté de l'écran, peut être de partout, et nos tentatives de trouver où est le type sont en vain, car il pourrait cacher son “*Adresse IP*”. Antonio se plaint d'ailleurs à ce sujet :

Avant j'ai travaillé uniquement avec l'Espagne, maintenant je ne sais pas où est le client : je sais seulement qu'il écrit dans ma langue. Maintenant, je dois travailler avec eux! [Antonio, *SMACCM Espagne et Amérique Latine*]

Cette ubiquité de l'internaute n'est pas seulement un problème géographique et de la sécurité du web, mais c'est aussi une question de reconnaissance sociale et de réputation, qui devient une réputation en ligne. Comme l'explique Eric, de retour sur les changements entre l'ère du téléphone et de l'ère des médias *sociaux*:

quand tu es au téléphone, tu peux entendre “Ah, peut-être ., je suis désolé je me suis trompé ! .”. Mais quand tu es face à *Twitter*, ton interlocuteur peut être à n'importe quel endroit du web, mais la conversation sera publique et le restera toujours. Donc si tu écris quelque chose qui est incorrect, tu peux avoir une centaine de personnes qui te disent: “Oh non! Oh, il n'est pas correct: c'est pas bien !” [Eric, *SMACCM, France*]

Ici, c'est la “mémoire du web” qui conserve toutes les traces que nous laissons dans notre vie numérique, tout sursaut, apparition, le message est conservé, est comme une trace dans le sable, en fait, que la mer ne peut pas effacer. Des traces qui peuvent prendre peu à se transformer en tâches, des tâches de sa réputation professionnelle, que de nos jours qui se joue tous les jours en ligne : *SMACCM* la crédibilité de ses clients/utilisateurs est un tout, une fois que vous la perdez, comme l'a rappelé Eric, la réputation online est compromise, et avec cela aussi leurs identités numériques.

Dans mon précédent emploi, je devais répondre à des questions véritablement spécifiques pour une personne, pour une entreprise. Je n'avais qu'un objectif: “Ok, laissez-moi vérifier, permettez-moi de trouver ça”, je cherchais une solution spécifique pour un seul et ensuite, une fois trouvée : “Ok, merci, au revoir !”. Maintenant, je n'ai pas à réfléchir, juste pour une personne, mais pour plusieurs. C'est très différent : il n'y a pas de tête-à-tête: c'est un contre de nombreux. Je dois penser : “Ok, qu'est-ce que la question principale?” et je dois me rendre au support technique et demander à mes collègues : “Quelles sont les questions [*ces clients plus fréquents*] cette semaine ? Quelle est la grande question?” Et si je trouve que c'est une grande question, je dois créer un sujet, un article et le publier pour beaucoup. Donc, il ne devrait pas être très spécialisé, car il est pour beaucoup. [Jean-Marc, *SMACCM France*]

il ne s'agit pas, alors, d'avoir des interactions avec une personne seule, de répondre

aux besoins d'un seul sujet, mais le sujet devient une multitude d'inconnus et d'anonymes, en attente de contenus pour leur utilisation.

Tu dois réagir rapidement, tu dois faire attention à la façon d'écrire les réponses pour éviter les interprétations erronées de ce que tu voudrais dire à une partie du monde : c'est autre chose! [Stéphanie, *SMACCM*, France]
Nous devons répondre à des questions qui ne sont pas toujours techniques, de sorte que nous sommes vraiment proches du marketing avec la pré-vente, et nous devons être prudents, car ce ne sont pas des compétences que nous possédons. [Marco, *SMACCM Italie*]

Enfin, ils modifient leurs compétences et ce n'est pas facile de s'adapter et d'acquérir de nouvelles compétences. La nouvelle compétence qui devrait avoir un *SMACCM* est la maîtrise de la langue : savoir rédiger un texte correctement, à savoir comment articuler une pensée dans la forme écrite, écrire de manière compréhensible, en mesure de transmettre leurs pensées instantanément par écrit. Ici, on trouve encore un changement historique : comme, au siècle dernier, on est passé, avec le téléphone, la radio et la *TV* de la réflexivité de l'écriture à l'éphémère de la parole ; en ce début de millénaire, on observe un parcours inverse qui implique un retour à l'écriture. Sans aucun doute, l'écriture prend une importance capitale pour les professionnels des médias sociaux.

En résumé, la tendance est, par conséquent, de trouver de nouvelles stratégies pour déplacer le trafic de plus en plus sur les médias sociaux, où la qualité de l'interaction, le temps et les moyens de travailler à la résolution d'un problème sont complètement différents par rapport à l'utilisation du téléphone.

6.8 Qu'est-ce qui est utile pour bien exercer le travail du SMACCM

Les compétences de base, alors, reflètent le domaine de la frontière situé dans le changement innovateur des médias *sociaux* son équilibre identitaire.

Par conséquent, un *SMACCM* doit :

1. Proposer des stratégies différentes d'utilisation des médias sociaux à tous les niveaux de l'organisation ;
2. Créer des procédures pour permettre une réaction aux *postes* et aux articles, positifs ou négatifs, afin de préserver la réputation en ligne de l'organisation ;
3. Produire sur une base régulière des rapports sur les mesures prises et les résultats obtenus;
4. Produire des rapports statistiques des interactions sur les médias sociaux;
5. Assurer la présentation de l'organisation sur les principales et différentes plateformes de médias sociaux;
6. Assurer le développement des qualifications et des compétences des autres personnes qui travaillent sur et avec les médias sociaux de l'organisation;
7. Créer et gérer les relations entre les membres de la communauté virtuelle sur le web et l'organisation;
8. Analyser et évaluer les conversations sur les pages et les comptes de l'organisation sur les médias sociaux;
9. Construire et gérer les relations avec les *stakeholders* online;
10. Créer des protocoles et des règles pour la création de contenus.

Les nouvelles générations de *SMACCM* ont dépassé les différences disciplinaires de leurs prédécesseurs, ils représentent ainsi toutes les critiques de fragmentation, de fluidité, d'omniprésence d'une nouvelle profession, si le professionnalisme ne dérive pas de la reconnaissance de la société elle-même, ou par l'identification d'un groupe professionnel reconnu, mais sur la capacité de représentation de soi dans une communauté numérique de référence ; où la reconnaissance se fait à partir du réseau de partage de connaissances et d'*apprentissage tout au long de la*

vie et pas de la machine de production du *prestige* sociale au sein de la corporation ou d'un ordre professionnel.

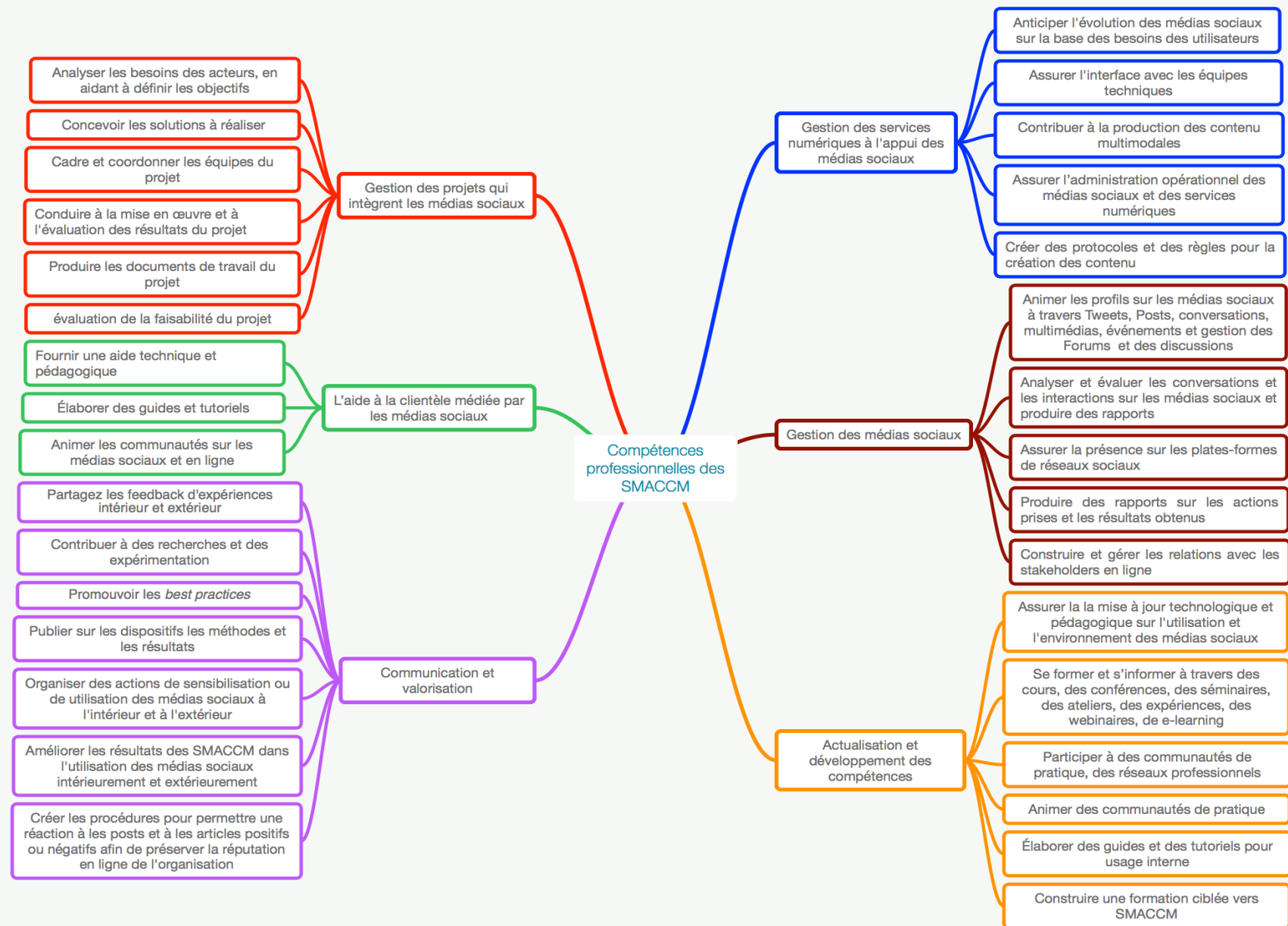


Figure 53 : Compétences professionnelles des SMACCM

Ce n'est pas un hasard si l'une des plus importantes occasions de partage, d'identification et de reconnaissance pour les *SMACCM* sont les salons d'exposition *high tech* comme *Paris Tech* à Paris, *Jre* à Montpellier ou *SMAU* à Milan. À cette occasion, les opérateurs de *Dell* gèrent un stand et partagent des contenus, des idées et des projets avec les clients et avec des collègues d'autres entreprises. Ce sont aussi les moments de détente où la société récompense ses employés avec quelques jours de vacances :

Le groupe est presque au complet . Objectif de la journée : vérifier que tout s'allume et tout fonctionne. Antonio a déjà volé un t-shirt en disant que c'est pour Richard ☺ [Jean-Marc, *SMACCM France facebook*]

Les *SMACCM*, tout au long de leurs activités professionnelles collaborent en étroite collaboration avec les techniciens/informaticiens pour résoudre des problèmes d'une autre nature technique ou pour construire ensemble des contenus à proposer et publier successivement sur les plates-formes *sociales*. En travaillant en étroite collaboration, une hybridation se crée où on apprend à faire ses propres schémas conceptuels de l'autre. Il peut donc arriver que le *SMACCM* réponde à la clientèle sur une question technique, mais – plus rarement, il peut arriver que l'informaticien possède les compétences nécessaires pour répondre aux questions relatives au contenu de la discussion du générique ou centrées sur des arguments moins techniques.

Il est clair que les *statuts* de *community manager*, ou du *content manager* , du *social analyst* fusionnent dans la figure du *SMACCM*. Cela permet à ce dernier de conquérir son “autonomie professionnelle,” (Dubar, Tripier, Boussard 2011: 275). Cette autonomie n'est toutefois pas l'objet d'une reconnaissance de la part d'un groupe de musiciens et de par le monde extérieur, comme ce fut le cas dans le passé pour les groupes professionnels, mais elle devient de l'auto-légitimation dans un environnement beaucoup plus grand qu'est le *réseau*. Le groupe professionnel n'est plus un groupe, mais devient une communauté numérique mondiale. Le professionnel ne s'identifie plus dans une catégorie, dans un ordre, mais par le biais de son réseau de relations sociales et il devient lui-même la référence principale pour son action professionnelle. Ce dernier n'est pas destiné à la reconnaissance sociale *tout court* dans le contexte d'une corporation, mais à alimenter et augmenter une sorte de projet

commun global : ce que Pierre Lévy appelle *l'intelligence collective*¹³⁸ (Levy 1996: 34) dans une opération d'*ingénierie des liens sociaux*¹³⁹ (Levy 1996: 43). Augmenter l'intelligence collective avec sa propre contribution est équivalent à augmenter des *flux d'information* (Castells 1996: 437), qui restituent des opportunités et une *intelligence augmentée* pour passer dans les pratiques professionnelles quotidiennes. Il s'avère, d'une certaine façon, que le rêve des néo-libéraux d'absence de conflit social, des batailles interprofessionnelles : l'espace de négociation est réduit, et avec lui sont réduits, les acteurs/actants qui participent. Le *SMACCM* a toutes les caractéristiques pour être nommé un professionnel, mais il ne l'est pas, parce qu'il lui manque cette avant-scène, cette arène où on se fait connaître, on combat, on s'affirme pour être reconnu. Tout cela conduit à un processus d'atomisation du parcours professionnel et le véritable interlocuteur, avec lequel interagit le *SMACCM* devient l'écran et l'interface culturelle : le non-humain.

6.8.1 Donner voix au client : interagir

Dans le processus d'interaction avec les clients/utilisateurs sur les médias sociaux, les *SMACCM* ne sont pas les seuls acteurs présents et impliqués. Comme on le montre clairement sur la *Fig. 53* au cours de l'interaction sur les médias sociaux avec les clients/utilisateurs se développe de nombreuses relations professionnelles au sein de l'entreprise qui font de cette interaction soit la plus rentable possible pour l'entreprise et pour le client/utilisateur. Dans ces relations professionnelles, le *SMACCM* conserve un caractère central et est le leader incontesté dans la construction, la gestion et la mise en œuvre du processus informatif d'aide et de support. Le *SMACCM*, de fait, avant de commencer une discussion (*engagement*) sur les médias sociaux pour répondre à une question posée par un client/utilisateur peut tout d'abord consulter le support technique, le marketing et customer service, si, lui-même, a besoin d'assistance ou de l'aide sur un sujet ou d'un problème qui ne lui est pas familier, ou sur des questions logistiques ou administratives.

¹³⁸ L'intelligence collective est "une intelligence distribuée partout, constamment améliorée, coordonnée en temps réel, ce qui conduit à une mobilisation effective de compétences. [...] La base et le but de l'intelligence collective sont la reconnaissance et l'enrichissement mutuel des personnes, et non pas le culte d'une communauté fétichiste".

¹³⁹ "L'ingénierie de liaison sociale, et est l'art de faire vivre, ensemble, intelligent, et d'exploiter au maximum la diversité des qualités humaines".

Certains clients me demandent de s'entendre par téléphone après avoir bavardé un peu, cependant à la fin on échange surtout par e-mail. Cependant il y a des choses qu'on peut résoudre ainsi. donc, ensuite s'il doit acheter je me fais envoyer son numéro et je le fais rappeler par un commercial. s'il a un problème technique et qu'il doit parler avec le support technique, je lui donne le numéro du support technique et il l'appelle lui. Moi, je ne prends pas d'appels je ne fais pas le *call center*. [Andrea, SMACCM Itali]

Certainement avant la phase de “l'engagement”, qui est, avant tout, une phase dans laquelle l'opérateur s'engage dans une conversation avec un utilisateur, laquelle qui doit aboutir à une proposition commerciale ou à une fidélisation de la clientèle ou encore à la vente de services ; avant tout cela, il s'agit d'une phase de “l'écoute” où l'opérateur “écoute” le “*sentiment*”.

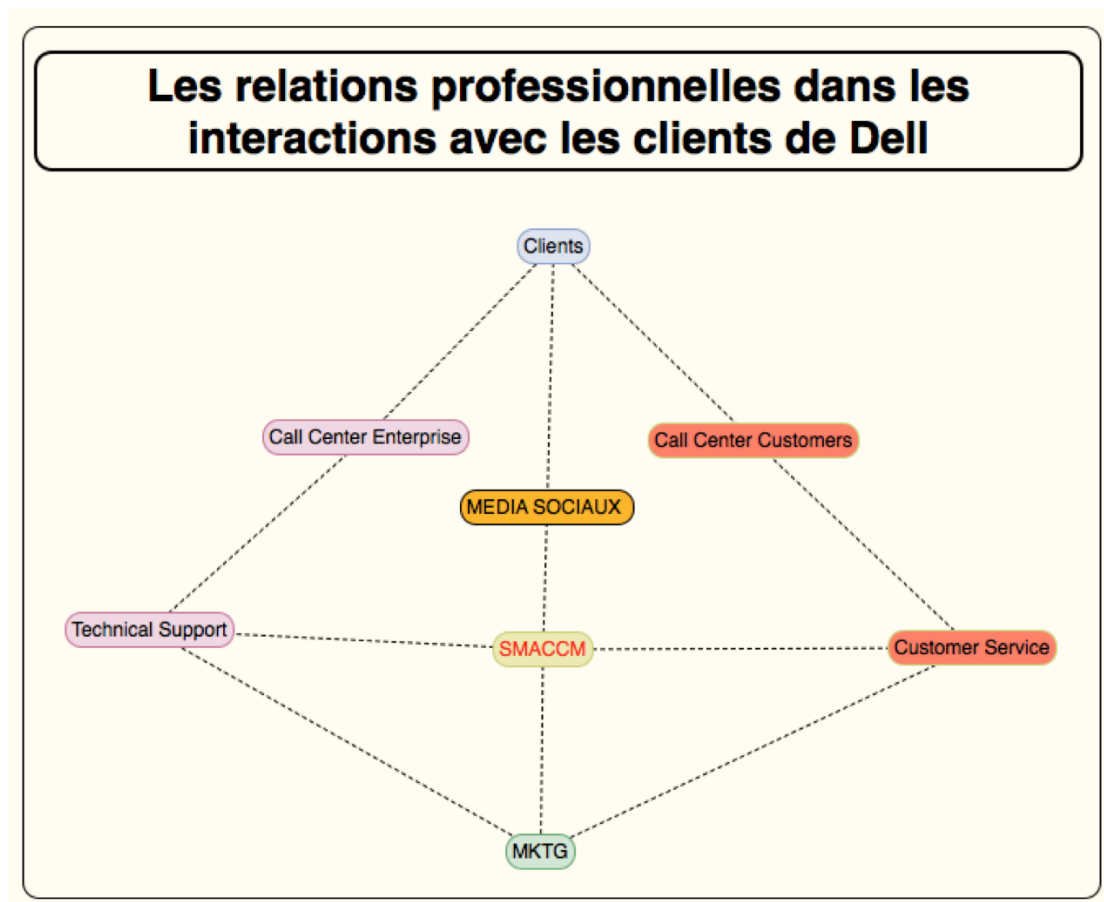


Figure 54 : la centralité du SMACCM dans le processus d'interaction avec les clients de Dell sur les médias sociaux.

6.8.2 L'analyse du sentiment

Qu'est-ce que le “sentiment”? Le sentiment est, d'une certaine façon, l'opinion général des utilisateurs présents sur le *réseau* qui parlent et de discutent, dans ce cas, de *Dell*

ou de thèmes liés à *Dell*. Calculer ou mieux peser le *sentiment*, par l'*analyse du sentiment*”, peut aider le *SMACCM* à s'orienter dans son travail quotidien en offrant de nouvelles et différentes solutions, et d'aider ou d'amener les usagers/clients ou clients potentiels en difficulté ou tout simplement ennuyé par *Dell*. Peser le *sentiment* est purement quantitative et est mis en œuvre par l'utilisation de logiciels pour la gestion des médias sociaux, dont *Radian6*. Par conséquent, des termes et expressions tels que “engagement”, “listening”, “écoute des conversations” sont utilisés (et abusés) pour représenter le quotidien, non sans une pointe de fierté et de prosélytisme de la part des *SMACCM* interviewés.

Le *SMACCM* – donc – doit promouvoir “des solutions proactives” et utiliser les médias sociaux comme un *medium* avec les clients pour les écouter, vérifier sur quel axe ils basent leurs propres discussions et de comprendre si le “sentiment” des discussions est négatif, neutre ou positif”. Si le sentiment est positif, il intervient pour comprendre de quoi les clients sont contents, éventuellement pour les remercier ou les inviter sur des *communaute* de *Dell*; si, au contraire, il est neutre ou négatif, il intervient pour comprendre comment aider les clients insatisfaits.

Les analyses, par conséquent, qui sont mises en avant sont “l'analyse du *sentiment*” (*sentiment analysis*) des clients par le biais de l'instrument *Radian6*. Giovanni décrit un processus typique de l'analyse du sentiment :

Ici nous avons demandé à faire une analyse du sentiment, en ce moment précisément, de tous les clients qui écrivent ou débattent en langue anglaise sur des produits *Dell consumer* de haute-performance (*XPS* et *Alienware*). Nous avons également fait une comparaison avec les autres entreprises. Comme on peut le voir, il y a beaucoup plus de “base”, beaucoup plus de discussions sur *Dell*, que sur d'autres marques : *HP* et *Toshiba* ceux qui nous suivent [Giovanni, *team leader*].

Au moment où a été lancée l'analyse avec *Radian6* dans les trois derniers jours de l'activité, ont été publiés plus de 13 500 *posts* et le sentiment était de 40% négatif, 20% neutre et 40% de résultats positifs. À ce stade, nous procédons en analysant les raisons, ce qui nous permettra de repérer le sentiment, même par le biais de la géolocalisation. On peut arriver à comprendre dans quels pays et dans quelles langues il y a plus de discussion et de quel type : négative, neutre ou positive. Enfin, il y a une intervention, et en fonction de la nature du problème, on essaie de le résoudre. Généralement, le retour est positif : on assiste à environ 35% de conversions pour nos clients négatifs ou neutres à positifs. 90% des clients *Dell* est également satisfait quand il y a une relation en ligne avec *Dell*. Il est possible de retrouver ces données par le biais de deux opérations :

1 - On demande directement aux clients avec qui on collabore sur une base régulière ;
 2 - parce que *Dell* calcule, comme presque toutes les entreprises, les *NPS* (*Net Promoter Score*) : un système de calcul de la *satisfaction du client*. On a analysé une série de contacts *en ligne* et une série de contacts classiques, standard, par téléphone, et on en a conclu que le client qui obtient la solution par téléphone dispose d'un *NPS*, en général, inférieur à 40%; alors que le client qui a les mêmes solutions, mais à travers les médias sociaux a généralement un *NPS* de plus de 50%. Avec la même solution, donc, le client qui obtient la solution à son problème *en ligne* est plus “content” qu'un client qui passe à travers les canaux standard.

6.8.3 L'engagement

À partir de là, on peut passer à la seconde *étape* : “l'*engagement*”. Où l'opérateur s'adresse directement à l'utilisateur avec un message en privé dans ce ton :

Bonjour, je suis X de Dell et j'ai vu que tu as une question pour nous, si tu veux, nous pouvons en parler. Si tu as envie de m'envoyer un message privé et ton numéro de série, de sorte que j'ai ta fiche d'informations, ton produit, la configuration, et je peux te donner des réponses, éventuellement d'ouvrir un ticket d'intervention, si tu as besoin de nous, nous t'envoyons un technicien à la maison [Andrea, *SMACCM Italie*].

Tout d'abord je me présente: “je travaille pour *Dell*” et je demande tous les détails, ce qui s'est passé, alors si, par exemple, il y a des problèmes techniques, je vérifie avec le support technique si cette personne nous a appelé avant. [David *SMACCM, Espagne*]

Les opérateurs effectuent ces tâches sur leur journée de travail¹⁴⁰, et sont directement présents sur les pages par le biais de leurs *account* personnel¹⁴¹ sur les médias sociaux et ceux de “*Dell Aide*”, ils peuvent être aussi contactés directement sur la page de contacts de *Dell*.

¹⁴⁰ La journée de travail d'un *SMACCM* à *Dell* est de 7 heures (de 9 à 18), avec trois pauses pendant la journée d'environ 15 minutes plus l'heure de la pause déjeuner. La semaine de travail est de 5 jours ouvrables (lundi à vendredi) on peut choisir de travailler à domicile un jour par semaine. Il sabato e la domenica sono liberi. Toutefois, les heures sont très flexibles pour entrer et sortir, autant pendant la journée de travail. Les *SMACCM* aussi, en dehors de stagiaires, sont tous *CDI* (les travailleurs employés à durée indéterminée) avec un salaire de 1800/2000 € brut par mois plus plusieurs *avantages*.

¹⁴¹ Les *SMACCM* sont tenus par la société d'utiliser leurs profils personnels sur les médias sociaux pour des raisons professionnelles. Par exemple, sur les profils *Twitter*, sous la photo de profil il y a une bande, généralement orange, sur lequel est écrit “*Dell*”. Il est clair que l'intention de la société est de s'engager dans la vie de ses employés afin de s'assurer qu'ils sont toujours présents pour ceux qui travaillent, et c'est leur devoir et leur rôle. Il y a une intrusion dans la vie de tous les jours en ligne, à partir de l'entreprise qui viole et manipule en sa faveur l'identité numérique des *SMACCM*: ces derniers perdent une partie, sinon la totalité, de leur “souveraineté informatique” sur les médias sociaux au profit du travail. On se conforme ici à une image de *Dell* comme un *Léviathan* hobbesien qui dévore peu à peu des morceaux de la souveraineté du peuple.

Pour contacter le client directement sur le forum, si c'est une chose publique, disons, il n'y a pas de service tag à voir ou des noms ; sinon, si ça continue très longtemps, nous déplaçons la conversation sur la messagerie privée et de là nous le contactons. Cependant, nous avons tendance à toujours résoudre les problèmes dans le forum, de sorte qu'elle peut être adaptée pour d'autres personnes, et donc partagée dans d'autres environnements. [Marco, *SMACCM Italie*]

6.9 Analyse technodiscursive des activités des SMACCM

Interroger les activités professionnelles des *SMACCM* dans leur environnement de travail implique, également, de s'intéresser à leurs “productions discursives”, qui se trouvent, comme on l'a vu, au centre de leur propre activités professionnelles :

Qu'elle soit orale ou écrite, qu'elle constitue le cœur de l'activité ou l'une de ses composantes interstitielle voire périphérique, la pratique du langage sur les lieux de travail constitue une réalité empirique aujourd'hui largement reconnue (Filliettaz & Bronckart 2005: 5).

En référence à l'observation conduite à *Dell*, les travailleurs de la *Social Media Team* sont impliqués quotidiennement dans la production et dans l'utilisation de contenus textuels et iconographiques véhiculés grâce aux médias sociaux. Ce changement des pratiques professionnelles s'inscrit, d'un point de vue historique, dans l'évolution d'une compétence dans le champ de la communication¹⁴² qui, aujourd'hui, devient nécessaire dans un nombre de plus en plus important de métiers et de professions :

Les pratiques de lecture et d'écriture que l'organisation scientifique du travail (OST) avait réservées à l'encadrement et à la conception, se diffusent et se généralisent à l'ensemble des salariés et des professions (Boutet 2001: 23).

La production de contenus sur les médias sociaux est au centre de la pratique de travail quotidienne des *SMACCM*: elle la constitue, la définit, scande sa temporalité et cela vaut autant pour ses dimensions discursives (y compris plurilingues) ; que pour ses dimensions plurisémiotiques.

L'intérêt d'analyser ces productions discursives et plurisémiotiques est donc double : il s'agit, premièrement, d'expliciter, comment nous nous inscrivons dans la tradition des travaux français et anglo-saxons qui ont examiné la problématique de l'*imbrication* entre langage et travail (Drew & Heritage 1992; Boutet 1995; Grosjean & Lacoste 1999; Sarangi & Roberts 1999; Borzeix 2001). On fait aussi référence, en particulier, au réseau de chercheurs “*Travail et Langage*” en France, qui, depuis sa création en 1986, a contribué énormément au débat avec, entre autres, Anni Borzeix faisant référence aux travaux de Hughes qui explique:

Celui de la visée théorique en premier lieu qui consiste à rejeter la césure trop franche entre micro et macro, à travailler dans un espace intermédiaire entre l'ordre de l'interaction et l'ordre de l'institution. Nous nous efforçons, avec beaucoup

¹⁴² Les compétences linguistiques du “lire-écrire-parler-communiquer” sont également au centre de plusieurs, sinon la plupart des activités professionnelles (dans ce cas, on se réfère à l' *Tab 11* du présent travail).

d'autres, de "tenir" les deux bouts de la chaîne, d'ancrer l'analyse de l'action individuelle ou réciproque (dans la lignée des travaux d'inspiration interactionniste et ethnométhodologique) dans le contexte élargi du système socio-économique et de ses transformations rapides ; de faire porter l'analyse, certes, sur ces "angles morts" du savoir, en général, mais surtout là où des enjeux "de société" nous en montrent la pertinence, voir l'urgence (Borzeix 2001 : 51).

Pour leur part, Filliettaz et Bronckart (2005) défendent l'idée de donner une place importante au contexte dans une approche praxéologique et de s'intéresser aussi bien aux situations de travail, aux actions et enfin aux discours (Filliettaz & Bronckart 2005: 7).

D'un point de vue discursif, l'intérêt est de :

[...] travailler les productions technolangagières et technodiscursives et par conséquent d'observer des configurations technolangagières ou - discursives c'est-à-dire des productions discursives dans leur environnement et leur nature technologique (Paveau 2012d).

Autrement, se situer dans une analyse du discours et de considérer la matérialité des discours située dans des contextes sociaux, historiques, pour en ce qui nous concerne une analyse des professions, dans leurs trajectoires biographiques et identitaires qui caractérisent l'activité professionnelle en train de se faire implique de rendre comment les SMACCM dessinent leur pratique langagière, comme cela était déjà le cas dans les usines du début du siècle où les ouvriers dessinaient :

une pratique langagière dominée et fortement contrainte par l'univers matériel dans lequel elle s'énonçait : les machines, le bruit, l'organisation taylorienne du travail, le placement en côte à côte (...) De telles pratiques langagières ne peuvent que difficilement être traitées comme des corpus autonomes, tant est décisif leur ancrage dans les conditions matérielles de leur énonciation (Boutet 2001: 17).

Dans cette perspective, donc, on suit l'approche de Josiane Boutet, l'une des premières linguistes en France à s'intéresser à la problématique du "langage au travail" qui explique que :

dans un courant de pensée où le langage n'est pas considéré comme une simple faculté naturelle, mais comme un processus historique sous la dépendance des rapports et des modes de production, et en particulier sous la dépendance des propriétés matérielles de l'outillage et des dispositifs techniques" (Boutet 2001: 18).

A ce propos, Boutet (1995; 2001) s'inscrit dans le sillage des ergonomes et analyse les pratiques langagières au travail en observant le décalage qui existe entre ce qui est prescrit d'une part, et ce qui est effectivement réalisé d'autre part. Malgré l'intérêt avéré de cette démarche, elle nous semble néanmoins complexe à mettre en œuvre dans l'observation des SMACCM de la Social Media Team de Dell alors que les pratiques professionnelles et donc par conséquent langagières sont en cours de

stabilisation et donc, peu prescrites, comme en témoignent nos entretiens avec les stagiaires intégrés dans l'équipe. Cette dimension prescriptive, comme le souligne Boutet elle-même, a été d'ailleurs propre aux approches tayloristes du travail, ou, par exemple parler et effectuer des gestes différents de ce qui était demandé pour réaliser le travail était par exemple, interdit dans les usines.(Boutet 2001).

Le présent travail se concentre ainsi sur les productions technodiscursives sur les réseaux sociaux, en particulier sur Twitter, sur lequel Dell a l'intérêt de marquer sa présence de cette dernière. Nous avons privilégié Twitter pour son innovation et ce que cela a impliqué à un niveau linguistique : "contraindre" l'émetteur à produire et construire son discours en 140 caractères, contrainte qui a des conséquences sur le discours des SMACCM et qu'il nous a semblé intéressante pour la présente analyse, comme on le montrera ci-dessous. Durant les entretiens et l'observation des réunions, nous avons observé que l'utilisation de tel contenu avec les clients est mis continuellement en discussion : tant dans l'interaction avec les clients que dans leurs usages dans les pratiques de travail. La production d'écrits sur les réseaux sociaux implique pour les SMACCM de considérer dans la pratique de travail deux dimensions. La première dimension concerne

Les traits technodiscursifs du genre ou de l'écriture (twittécriture) (Paveau , 2012d);

comme, par exemple, l'obligation des 140 caractères pour *Twitter*, les transgressions grammaticales, les adaptations typographiques et enfin

la délinéarisation de l'énoncé : par insertion de liens, de hashtags, d'énonciateurs/interlocuteurs multiples, les trois étant cliquables ; il s'agit donc d'une double délinéarisation, syntagmatique et hypertextuelle, visible sur l'écran puisque tout ce qui est cliquable apparaît en couleur. (Paveau 2012d)

et ce, dans plusieurs langues conjointement. A cette dimension peut être ajoutée la gestion des images et leurs intégrations dans chacun des tweets.

La seconde dimension concerne la normalisation des contenus dans le rapport aux interactions avec les clients. Cette normalisation, dans les limites de nos observations à Dell, prend forme au moment des réunions et donc dans les interactions entre les différents membres de l'équipe. La réunion n°1 est à, à titre d'exemple très significative puisque qu'il est question d'instaurer une charte qui régule justement les échanges entre les clients et les opérateurs ;

L'enjeu du présent chapitre est de proposer une analyse des productions discursives des opérateurs, productions discursives qui sont ici considérées du point de vue de

leur dimensions technodiscursives (Paveau 2011; 2012a; 2012b; 2012c; 2012d), dans le point de vue d'une cognition distribuée dans des environnements à la fois humains et non humains (Latour 1991; 1994; Callon & Law 1997). ce Ce qui implique de considérer à la fois les dimensions discursives et interactionnelles des activités de production discursive sur les médias sociaux mais aussi les potentialités et contraintes du dispositif utilisé (plus spécifiquement ici du média social) et les composantes sociales et sociotechniques des discours produits

Cette approche comprend la composante "situationnelle" de la production discursive, qui se distingue des travailleurs du domaine *CMC* (*Computer Mediated Communication*), (Anis 1999; Marcoccia 2000; Panckhrust 2009) et du travail de Susan Herring, par exemple, qui considère le contexte où il est produit (et, au même moment, le contexte de production), (Herring 1996).

Dans un second temps, on questionne la "performativité du langage"¹⁴³ sur le poste de travail (Boutet 2010), en particulier quand la part langagière du travail a tendance devenir importante notamment avec l'intégration des technologies con l'integrazione di tecnologia (Filliettaz & Bronckart 2005), en particulier quand celle-ci comporte une importante "*scripturalité*" des pratiques. Les *SMACCM*, de fait, sont passés d'une activité intense orale (l'utilisation massive du téléphone) à une activité quotidienne et continue sur les médias sociaux.

La première partie propose une analyse des activités technodiscursives. On présentera les principales fonctionnalités de ces dernières sur les médias sociaux. La deuxième partie vise à situer ces pratiques dans le discours des opérateurs sur leurs activités. L'objectif de l'analyse est de s'intéresser à la notion de compétence professionnelle comme mise en discours de connaissances "encapacitée" (enabled) par les technologies). Plus généralement, l'objectif de ce chapitre et de la partie analytique, à part l'analyse elle-même est de dépasser les dichotomies entre discours et technologie, entre activité professionnelle et situation et entre niveaux d'analyse micro, meso e macro (Callon & Latour 1981; Callon, Latour & Akrich 2006) selon un *continuum* entre les différents niveaux.

¹⁴³ Il concetto di performatività linguistica o del linguaggio è stata introdotto dal filosofo del linguaggio inglese John Langshaw Austin, che sosteneva che ogni atto linguistico sia, in realtà, già un'azione pratica (Austin 1975; Ginocchietti 2012: 65)

6.9.1 *Dell vous aide. Des helpline aux médias sociaux : procédures et problématiques*

Du point de vue des discours, les médias sociaux sont utilisés, a priori , dans une volonté de prolongation des activités de *helpline* (Baker, Emission & Firth 2005), dans le cadre de services dits d'après-vente proposés au client d'un produit déjà acheté. Ces services dans les entreprises qui ont vu un développement inégalé à l'intérieur des entreprises. Baker et *al.* (2005) mettent l'accent sur la dimension postmoderne de la société dans laquelle nous vivons où information et spécialisation (Castells 1996) se trouve au centre de notre style de vie (Baker , Emmison & Firth 2005: 11). Ces derniers mettent en évidence également, que le besoin d'aide et de support est en augmentation et que dans les environnements des *helpline* les informations sont en transit. Les *helplines* à cet égard, sont capables de développer une modalité originale de transmission d'expertises *déterminées* que, dans le passé, il était possible de répliquer uniquement en présence et qu'on retrouve surtout à l'intérieur de la famille (par exemple, la violence domestique) et des communautés religieuses (par exemple, des conseils pour mariage). Dans les *helplines*, enfin, la dimension de l'*engagement* dans les interactions et les conversations est renforcée à travers le dispositif technique et la situation elle-même¹⁴⁴. Les auteurs ont identifié, en outre, ici, quatre dimensions qui prévalent dans la mise en œuvre et l'utilisation des *helpline*:

- Faible coût pour la délocalisation des bâtiments de *call center* dans les pays en voie de développement où la main d'oeuvre et le travail sont payés beaucoup moins par rapport aux pays développés;
- Accès au service de *call center* de n'importe quel appareil téléphonique;
- Experts anonymes (es opérateurs de *call center*);
- *Engagement* dans la conversation: affirmation de l'oralité à l'égard des méthodes de *customer service* qui utilisait auparavant une modalité écrite (lettres, fax).

Sur ces quatre dimensions, quelques unes correspondent aux arguments qui ont prévalu, dans la continuité des helpline téléphonique à l'instauration d'un social media center à Dell, sans impliquer la clôture des helplines téléphonique pour autant. L'insertion des réseaux sociaux est d'abord passé par la création de comptes

¹⁴⁴ Les auteurs ont identifié de cette manière, des procédures de réponse du type: "Bonjour du support technique de Dell. Mon nom est Marco Rossi, comment puis-je être utile ?"

(Facebook, Twitter, LinkedIn) avec le nom « Dell vous aide » (*Dell vous aide* en français *Dell Ayudaen* espagnol, *Dell Cares* en anglais) et donc la dimension d'aide inhérente à la démarche.



Figure 55 : Le compte Twitter française officiel de Dell Vous Aide.

L'analyse portera principalement sur les productions discursives des opérateurs/professionnels. L'enjeu est de pouvoir montrer l'imbrication de ces activités productives dans les activités professionnelles des opérateurs sans cess redéfinies par les contingences locales et globales des besoins de l'organisation à travers leurs propres expériences. Ici, nous faisons référence aux travaux de Paveau (2013a; 2013b), qui , elle-même, fait référence aux travaux de Latour (1994). Dans ce travail, l'enjeu sera faire émerger une activité professionnelle d'écriture qui se déroule dans des environnements technologiquement denses (Bruni 2005; Bruni & Gherardi 2007) disloqué sur différents plans. Sa saisie nécessite la prise en compte à la fois des processus locaux de “canalisation”, “partition”, “focalisation” et “rééducation” et des processus globaux “d'instrumentation”, de “compilation”, de “ponctualisation” et “d'amplification” (Latour, 1994) . Aussi, les entretiens nous ont montré que les productions discursives des SMACCM sur les médias sociaux sont au centre de leur activité, que cette activité n'est pas stabilisée puisqu'elle est directement héritière

d'une activité discursive orale (par téléphone) dont les dynamiques sont stabilisées d'un point de vue interactionnel téléphonique. Dans les entretiens avec les *SMACCM*, on a relevé deux modalités de gérer les interactions sur les médias sociaux, modalités annoncées et défendues par les participants eux-mêmes :

- Une modalité proactive, qui consiste à préparer le contenu qui sera diffusé aux clients;
- Une modalité réactive, qui consiste à répondre aux demandes formulées directement par les clients.

Ces deux modalités structurent l'activité de production discursive de la communication de Dell sur les médias sociaux, comme en témoigne les *SMACCM* eux-mêmes dans leurs entretiens :

Je travaille avec les médias sociaux [.] j'ai deux rôles principaux: le premier est de répondre aux questions des clients [*modalité réactive*]: s'ils veulent poser des questions spécifiques sur les systèmes, des demandes techniques sur le *hardware* sur les problèmes ; le deuxième rôle est de faire une communication proactive par le biais, par exemple, de la publication de *tweet* ou des messages sur le forum, et sur tous les autres médias sociaux [*modalité proactive*] en disant par exemple: "Si vous avez un de ces systèmes et souhaitez mettre à jour vous avez seulement besoin de mettre en œuvre les procédures suivantes, vous devez faire ceci, ceci et cela. [Eric, *SMACCM France*].

6.9.2 Modalité proactive : corréler l'activité au contenu (Dell Aiuta)

Les tweets énoncés par "les comptes Twitter d'aide" dans une modalité proactive adoptent un "sens de la formule" déjà relevé par Longhi pour le discours politique sur Twitter (Longhi, 2013: 2). Néanmoins, il s'agit de formules proches du discours publicitaire. Ce dernier fonctionne, en effet, comme "un espace de circulation de significations et de valeurs » (Soulages, 2006 : 117) où sont présents des messages d'implication à la différence près que le destinataire est déjà un « consommateur effectif ». Le caractère ouvert du réseau social, par ailleurs, sur lequel circulent ces messages les rend plus proche du discours publicitaire (Charaudeau, 1994). Le premier exemple est caractéristique de cette démarche. Il est extrait du compte français Dell vous aide.

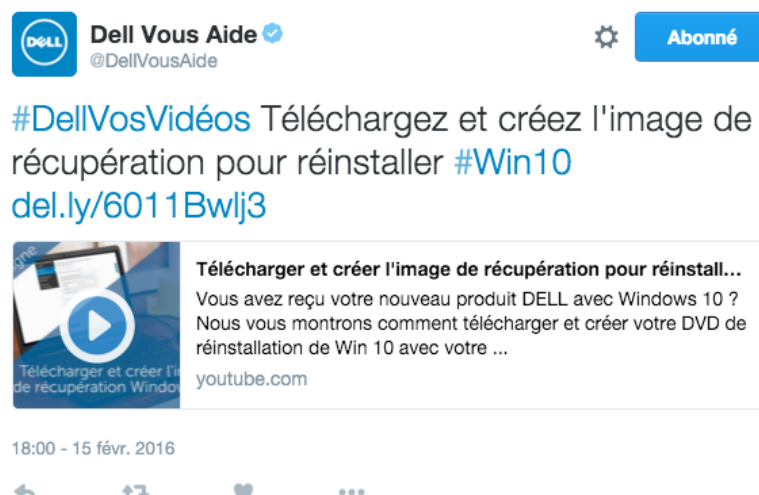


Figure 56 : Corpus Twitter – Tweet 1: Dell Vous Aide.

Le Hashtag, comme "techmot" (Paveau 2013b) est un marqueur linguistique mobilisé dans un message afin en premier lieu de rendre searchable le message (Zappavigna 2012). Il ancre la relation sociale dans une dynamique collective « 'Search for me and affiliate with my value!' » (Zappavigna 2012 :789), autrement dit

Hashtags are used to mark potential targets of evaluation and to render these as metadata that may be found by other users (Zappavigna 2012 :804).

Il s'agit de :

d'une « affordance communicationnelle spécifique au réseau Twitter, qui implique des formes endémiques de participation discursive. » (Paveau 2013b: 11)

et est constitué d'un technomorphème (#) et d'un mot clé. La particularité de cet exemple est que le premier hashtag #DellVosVideos reprend de manière détournée le nom du compte Twitter Dell Vous Aide, créant une allitération qui lie phoniquement les deux éléments de l'environnement technodiscursif, relevant presque d'un jeu de mots ou tout au moins d'une visée destinée à rendre circulaire le lien entre identité et activité (Dell – Aide – Video). L'allitération suggère, par ailleurs, une insistance sur la deuxième personne du pluriel Vous/Vos, autrement dit les allocutés de l'interaction, générant deux pratiques affiliatives possibles : par le biais du Hashtag #DellVosVideos ou par le compte lui-même. A ce propos, on peut noter que les deux hashtags de ce premier exemple (#DellVousAide et #Win10) sont destinées à générer deux actions complètement différentes des potentiels récepteurs. Si les deux hashtags tous deux sont cliquables, ils fonctionnent néanmoins de manière complètement différentes : le premier a comme objectif principal de « classer » l'ensemble des

tweets d'aide de l'entreprise réalisés dans une visée proactive, et ici ayant comme objet, des vidéos que produit l'entreprise pour expliquer des actions possibles sur leurs produits comme « changer la cartouche de toner sur une imprimante » (Fig. 54).



Figure 57 : Corpus Twitter – Tweet 1: Dell Vous Aide.

Il présente, en outre, une pratique affiliative autour d'un moyen de communication: la vidéo s'ouvre à l'intérieur du *tweet*¹⁴⁵.

Le second Hashtag, quant à lui, inscrit le Tweet et l'action technodiscursive d'aide dans une pratique affiliatives qui existe en dehors du contexte de l'entreprise, c'est à dire sur la sphère relative à un nouveau système d'exploitation : Windows10.

¹⁴⁵ Twitter propose ce genre de services depuis 2015.



Figure 58 : Corpus Twitter – Tweet 1: Dell Vous Aide.

En cela, produire un hashtag, métadonnée performative au cœur du processus du searchable talk, est donc une action technodiscursive qui modifie l'environnement (Paveau 2013b: 13).

Ce double mouvement à comme enjeu de renforcer l'identité de l'entreprise, d'une part et renforcer l'activité énoncée sur les réseaux sociaux, et ainsi produire une double délinéarisation de l'énoncé.

Aussi, nous considérons ici qu'il y a une pratique hypersituée dans la production d'un Tweet puisque située à la fois dans l'activité en ligne de production d'un discours inscrit dans l'environnement Twitter et située dans la performance d'un discours à enjeux de circulation de la marque Dell.



Figure 59 : Corpus Twitter – Tweet 2 : Dell Vous Aide.

Le second exemple, à l'inverse du premier, ne fait pas l'usage de techmot, bien que cela aurait plus être possible notamment en faisant appel au Hashtag du premier exemple #DellVosVideos. . Pourquoi ce choix ? Quels éléments de Tweet ont été choisis afin d'actualiser une pratique affiliative de l'allocuté sans l'usage d'un hashtag ?

Il semble que la contrainte des 140 caractères ait nécessité un processus de sélection favorisant une énonciation formatée dans un certains nombre d'éléments plurisémiotiques :

1. la seconde personne du pluriel et l'impératif « abonnez-vous » qui rappelle sans équivoque le message publicitaire ;
2. une simplicité et réduction du média utilisée pour la diffusion des vidéos YouTube : YT ;
3. La formulation à l'infinitif « pour suivre l'actualité de nos tutoriels » qui enjoint à cliquer sur le dernier élément qui est : (:);
4. L'hyperlien qui porte en grande partie la pratique affiliative provoquée ici.

Notons enfin le clin d'œil ironique entre la date de production du tweet (14 février) et l'image représentant un couple (homme-femme) face à une tablette.

L'énoncé projette ainsi une dimension transmodale des formats de réception. Nous empruntons à Murphy (2012) le concept de transmodalité de Murphy (2012) c'est -à-dire

the sequential generation of linked semiotic chains over relatively long stretches of discontinuous time (Murphy 2012 : 1967)

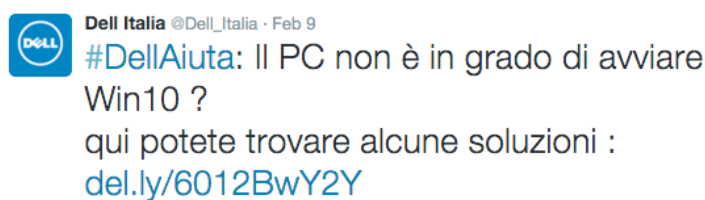


Figure 60 : Corpus Twitter – Tweet 3: Dell Vous Aide.

Sur le Tweet 3, l'Hashtag #DellAiuta a été mis en première position (ouverture du *tweet*). La particularité ici est que le Hashtag #DellAiuta correspond exactement au nom du compte ; il y a ici une volonté de renforcer le sens de l'activité d'aide réalisée dans le but de « creating social bonds » » (Zappavigna 2012 :804), c'est-à-dire de mobiliser les ressources technolangagières disponibles pour produire un discours négocié et circulant sur le réseau social.

En terme d'activité, il s'agit de relier un problème anticipé (ouverture potentiellement problématique de Windows 10) à une solution proposée sous forme de fiche technique matérialisée discursivement par deux hyperliens (ou shortlink ici traduisant ici, dans le sens herméneutique, une adaptation du technodiscours aux contraintes matérielles de l'environnement) qui renvoie le lecteur du tweet vers une fiche pratique de Dell. Autrement dit, alors que l'ouverture du tweet inscrit ce dernier dans une sphère d'activité énoncée explicitement par la marque et l'entreprise (« Dell est là pour vous aider »), la clôture du tweet fait référence aux contenus et fiches pratiques proposées.

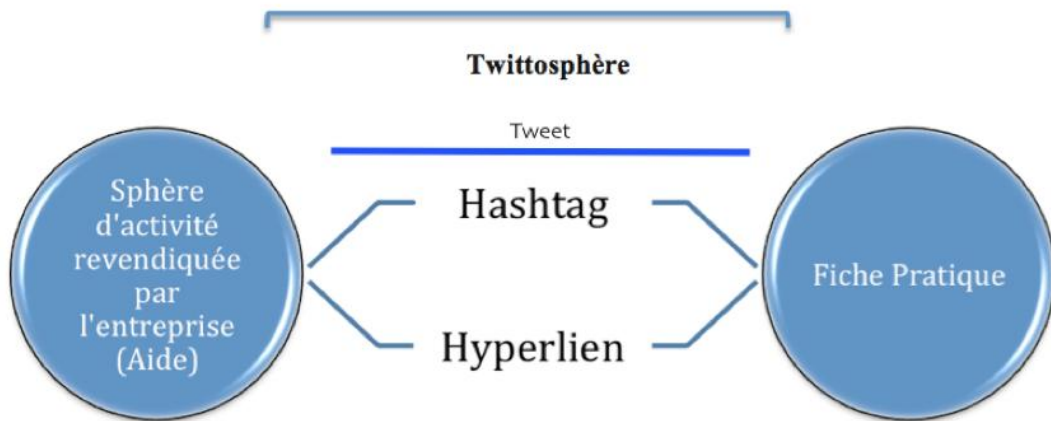


Figure 61 : Il *Tweet* entre sphère d'activité et matériaux d'assistance aux clients.



Figure 62 : Corpus Twitter – Tweet 4: Dell Vous Aide.

Enfin, le dernier exemple (4) a la particularité d’insérer le Hashtag dans l’énoncé lui-même, ici comme qualifiant de “produit”. .

On observe dans l’ensemble des tweets proactifs utilisés comme exemples dans cette section, un rapport de contextualisation (Bruns & Burgess 2011) à la fois des pratiques de diffusion d’une information d’aide, de mise en relation transmodale des différentes ressources mobilisés et de circulation de la marque.

6.9.3 Modalité réactive: entre prédiscours et plans.

Une grande partie, de l'activité des SMACCM, consiste à répondre aux questions des clients (ou futurs clients) afin de les aider. Ces modalités se réalisent par écrit principalement sur facebook et Twitter. Nous focaliserons, notre attention, dans cette section, comme dans la précédente, sur Twitter et dans ce cadre, nous nous pencherons sur un phénomène particulier : l'interagentivité, autrement dit nous analyserons particulièrement comment les SMACCM considèrent dans la production des tweets à la fois les actants humains (intersubjectivité) et non humains (interobjectivité)(Latour 1994, Paveau 2009). Autrement dit, les tweets sont considérés (comme dans la section précédente) :

des productions hétérogènes et composites, mélangées de matériel et de d'émotionnel, de corporel et de technique (Paveau 2009: 9).

Des entretiens et les observations , on a déduit que la production de *cestweets*, comme réponses aux questions des utilisateurs, est une activité complexe. Donc, dans ce cas, nous ferons référence à deux concepts, dans une perspective écologique, pour montrer comment ces deux modalités accomplissent une interagentivité : la notion de prédiscours comme

données antérieures à la mise en langage, d'ordre perceptif et représentationnel, mais cependant préconfigurées par la dimension linguistique, et sur lesquelles s'appuient les mécanismes de production langagière (Paveau 2006 ; 2009 : 2) ¹⁴⁶

et la notion de plans (Suchman, 1987, 2007) en tant que ressources heuristiques mobilisables et mobilisées qui sont issues de l'interaction du sujet avec un environnement technodiscursif et qui favorisent l'activité. Les deux notions permettent d'appréhender deux dimensions au centre même des activités non stabilisées des *SMACCM* : Les deux dimensions sont les suivantes:

- La dimension collective et distribuée que permet de saisir le concept de prédiscours ;
- La dimension d'appropriation voire d'apprentissage sans cesse réactualisée que permet de saisir la notion de plans.

¹⁴⁶ « Les prédiscours sont des opérateurs dans la négociation de la propagation et de la distribution du sens dans les collectivités humaines, des plus restreintes et informelles aux plus larges et instituées » (Paveau 2007 : 36) .

Sur le profil *Dell Aiuta*, l'activité d'aide est explicite “Il Team DellAiuta è disponibile qui su Twitter per darvi supporto”.



Figure 63 : Corpus Twitter - Logo et description du profil Twitter Dell Aiuta Italia.

Par ailleurs, le logo rappelle l’affiliation à l’entreprise alors que, comme on va voir plus tard, les tweets sont personnalisés par une signature du SMACCM Cette tension entre identité personnalisée du SMACCM (affichée notamment par le prénom) et identité de l’entreprise se retrouve régulièrement.



Figure 64 : Tweet 5: Intersubjectivité dans la configuration question/réponse.

Du point de vue de sa structuration, ce premier exemple présente une séquentialité classique (Question/réponse).

Tweet de demande :

- l'utilisateur sélectionne son destinataire en première position @DellAiuta.
- La requête est ensuite énoncée indiquant 1) la nature du problème (une licence déjà utilisée à la réception) ; 2) des informations contextuelles temporelles (dates d'achat, date d'activation de la licence). Ces éléments s'organisent dans une phrase exclamative et une accumulation.

Tweet de réponse du SMACCM

- un message initiatif de salutation « ciao » (« bonjour »).
- Une question divisée en trois segments : 1) la demande sous forme d'une interrogative (peux-tu m'envoyer ton numéro de commande ?) à la seconde personne du singulier 2) la modalité de transmettre l'information (message privé) 3) la justification de la demande (pour que je vérifie)
- Une formule de remerciement
- Une signature qui personnalise le tweet (Andrea)

L'usage des pseudonymes intègre habituellement une mise en scène de soi, comme dans le forum de discussion (Marcoccia, 2003) dans la mesure où le choix du pseudonyme relève de l'utilisateur lui-même et lui donne la possibilité de rester anonyme. Dans l'exemple présenté ici, l'utilisateur (celui qui demande) a utilisé un pseudonyme. Le SMACCM en revanche utilise son vrai prénom.

Cusin-Berche & Mourlhon-Dallies (2000 : 116) décrivent pour les forums de discussions une réalisation de l'identité sur trois niveaux : l'identité subie (adresse électronique, nombre de message postés), l'identité clamée (signature, choix du pseudonyme) et enfin l'identité discursive (indices dans le discours). En ce qui concerne les tweets, on retrouve ces trois niveaux : l'identité subie serait relative au nombre d'abonnement (followed), nombre d'abonnés (followers) et d'aimés (ancien favoris). l'identité proclamée sera la signature et le choix du nom du profil et l'identité discursive les traces dans le discours. De manière générale et si on compare aux études sur les forums d'il y a une quinzaine d'années, on observe que c'est le nom réel (et non un pseudonyme) qui est plus souvent utilisé (contrairement à l'exemple présenté ici), non seulement parce que certains réseaux comme Facebook contraignent à utiliser son nom réel, mais aussi parce qu'il nous semble que la sphère du web s'est

au fur et à mesure dans les pratiques quotidiennes de chacun et nécessite une affirmation d'une identité réelle.



Figure 65 : Tweet 6: objets partagés

Dans le *Tweet 6* la demande de l'utilisateur est dirigée vers @DellAiuta, comme dans le précédent *tweet*. Le destinataire de l'échange, comme au-dessus se trouve en première position.

@DellAiuta donc est en même temps porteur de la destination du message, du point de vue technique et de l'allocuté d'un point de vue discursif.

D'un point de vue graphique, si @veighp reprend bien la casse (majuscules) d'un nom propre d'un objet dont la connaissance est partagée entre les deux interlocuteurs (la Dell Recovery Key), on observe la disparition de ces majuscules dans la réponse d'Andrea traduisant ici :

- Une réactualisation du prédiscours dans l'interaction dans le sens où la réponse n'implique pas de rendre claire la référence à l'objet technique puisque le référent est communément partagé
- une réactualisation en situation des plans selon des contingences locales (pour ne pas perdre de temps et répondre à plus de demande possible) dans l'inscription de la réponse sur le social media.

Le septième exemple présente une modalité de réalisation collective (a priori) des activités d'aide ou plus particulièrement de gestion des différentes requêtes.



Figure 66 : Tweet 7: Mediations.

La désignation du destinataire (@DellAiuta) :

- La désignation du destinataire (@DellAiuta);
- Un atténuateur (*Scusate*) à la seconde personne du pluriel. Cet emploi rend notable au chercheur la projection d'un collectif par le client derrière le compte *DellAiuta*.;
- La référence au problème technique de l'ordinateur en question ;
- La référence (matricule) du produit acheté qui semble être (ou en tout cas, être interprété comme tel par le SMACCM) une assurance "Pro".

La réponse du *SMACCM* est intéressante ; en plus du destinataire, qui est inséré dans une, de manière automatique par le biais de l'activation de la fonction “réponse” ; le *SMACCM* mobilise la deuxième personne du singulier (*je te mets*) et une sorte de transfert, une référence à un autre service de profil *Dell*: *@DellAiutaPro*. Cette étape comprend à la fois la mention du destinataire, et est à la fois le performatif de l'action “*je te mets en contact*” : ici et maintenant (*hic et nunc*).

Enfin, il convient de noter quelque chose d'important, Andrea, parce qu'il s'occupe du compte *DellAiuta* prend ce nom quand il poste des réponses à l'utilisateur et ici, fait référence à un autre profil *Dell*: *DellAiutaPro* l'utilisateur considère alors deux destinataires différenciés dans sa réponse : “*@DellAiuta @DellAiutaPro ok merci*”. Ensuite, on peut lire le *tweet* de *DellAiutaPro*: “*@MauroZiliani Bonjour Mauro, comment puis-je être utile? Andrea*”. La signature, qui clôture ici ce *tweet*, est celle d'Andrea, mais ce n'est pas un autre Andrea, comme on pourrait se l'imaginer, et comme il serait logique de le penser, mais le même Andrea qui a répondu précédemment à l'utilisateur *DellAiuta*. En effet, un seul Andrea travaille dans la *Social Media Team* de *Dell*. Au cours de son entretien, de fait, Andrea admet:

Oui, je m'occupe surtout de la partie *Consumer*, mais j'ai aussi accès aux comptes *DellAiutaPro* per l'Italie, comme les autres collègues ont accès aux comptes *Consumer*. Et donc, quand il faut qu'on se couvre entre nous, il n'y a pas de problèmes, je peux remplacer Marco sur les comptes *Entreprise* pour un jour et Marco peut faire la même chose pour moi. [Andrea, *SMACCM*, Italie]

Maintenant, le problème est de comprendre pourquoi Andrea, travaillant à l'époque sur les deux comptes (*DellAiuta DellAiutaPro*), comme cela ressort de la situation, aurait proposé au client de communiquer avec le compte *Pro* même en sachant que, à l'époque, le *Pro* était lui même ? Cela pourrait être une dissonance cognitive. En réalité, il s'agit d'une volonté de laisser une trace sur les statistiques sur le nombre et le type d'interaction des différents profils *Twitter*: *DellAiuta* e *DellAiutaPro*: le client n'est pas toujours au courant de la différence et contacte le premier profil qui lui semble adapté à ses exigences et besoins personnels. Dans ce cas, cependant, le *SMACCM* redirige le client avec une modalité particulière vers le compte *Pro*. On soutient que cette pratique n'est pas a priori orthodoxe, spécialement parce qu'on ne peut comprendre, dans ce cas, la raison pour laquelle l'opérateur signe à deux reprises avec le nom Andrea (révélant ainsi son identité, au moins aux yeux du chercheur, qui possède plus d'éléments de compréhension que le client) au lieu de signer avec un pseudonyme ou le nom d'un collègue qui travaille habituellement sur

les comptes Pro, de manière à dissimuler la double présence du même opérateur sur deux comptes différents. L'analyse de ce dernier Tweet est révélateur du fait que les pratiques des SMACCM qui ne sont encore pas codifiées ni stabilisées. Ceci est relatif, de manière spéciale, aux continuelles mutations dans les médias sociaux, et, dans un second temps, à l'interprétation et à l'usage que Dell fait des médias sociaux.

Ce n'est pas qu'ils [*les SMACCM de Dell*] gèrent mal mais ils n'ont pas une bonne stratégie sur les médias sociaux. Ils sont présents, ils ont la structure pour gérer le personnel et pour gérer tous les comptes mais la stratégie n'est pas la bonne. A Dell, ceux qui travaillent sur les médias sociaux n'ont pas les compétences adaptés selon moi. [Vanessa, stagiaire].

Les *SMACCM* de *Dell* sont tous des ex-techniciens du support technique et ex-opérateurs des *call center* et ils travaillent depuis de nombreuses années à Dell. Il apparaît évident des entretiens des deux stagiaires (Vanessa et Tanguy) et par rapport à l'observer de leurs pratiques professionnelles que ces derniers n'ont pas la même perception des médias sociaux qu'ont les adolescents ou les natifs de la génération social. Il y a une sorte de préjugé : ils pensent que les médias sociaux servent seulement pour faire du marketing, qui est instrument de propagande et de communication commerciale et ils ne prennent pas en considération, par exemple, les médias sociaux représentent des communautés virtuels, des lieux d'échanges où les personnes vivent, où ils partagent des émotions, des moments importants de leur existence.

Conclusion

Le travail de recherche a porté principalement sur les mutations des pratiques professionnelles des travailleurs d'une *team* dans une multinationale américaine de l'*high tech*, induite par les technologies numériques de l'information et de la communication. Dans le cours de la recherche, nous avons essayé de développer une description dynamique et pratique de la quotidianité des travailleurs/opérateurs observés dans les environnements technologiquement denses (Bruni 2005; Bruni & Gherardi, 2007), qui vivent habituellement au cours de leur activité de travail. Le "récit" de ces environnements de travail a favorisé la compréhension du fonctionnement de l'infrastructure technologique (Gherardi 2007) de *lateam* qui gère la présence de ces multinationales de l'entreprise sur les médias sociaux. Il a été observé, alors que cette infrastructure technologique diffère complètement de celles observées dans les années 90 par de nombreux chercheurs (Joseph, 1994; Heath et Luff 1992; Suchman 1997; 2000; Star 1999; Grosjean 2004). Cette différence se traduit par un changement dans l'approche anthropologique et sociale qui est mise en évidence dans la façon de travailler et dans la façon de s'autoreprésenter au travail.

Les nouvelles professions, ensuite, ont comme dénominateur commun la nécessité de s'établir de manière stable avec les autres, à travers, dans la plupart des cas, une interface culturelle : l'objet et le contenu de ces métiers concernent, en fait, toujours des territoires et des communautés d'individus qui, d'une part, recherchent des réponses à leurs besoins et de leurs désirs dans des environnements éducatifs et de l'autre, dans des espaces virtuels "spectacularisés", pour expérimenter et vivre à travers des expériences partagées.

Dans ce cadre, nous présentons de nouveaux professionalismes, qui, de par leur polyvalence et leur éclectisme présentent leurs propres caractéristiques. Le professionnel du nouveau millénaire pourrait – donc – être *knowledge worker multitasking* et *multiskills*. IL dispose d'un *set* de compétences qui couvre toute l'offre de la multimédialité et de la multimodalité en incluant tous les instruments que les *TIC* offrent. Il doit être *flexible* parce qu'il doit mettre à jour et de s'adapter en permanence à de nouvelles avancées technologiques qui facilitent l'exécution de nombreuses tâches dans les différentes situations de travail et des environnements de travail *technologiquement denses* (Bruni 2005; Bruni & Gherardi 2007). La capacité à échanger des informations avec n'importe qui dans n'importe quelle partie du monde, et de mettre en *réseau* des connaissances acquises est un processus qui vise à avoir un poids toujours plus évident et à jeter les bases d'une intelligence collective

(Lévy 1994: 34). de ce point de vue émerge une vision *relationnelle* du travail et de la technologie, considérée non comme un simple objet auto-signifiant et transparente à l'usage, mais plutôt comme entité *hybride*, composée de propriétés matérielles et symboliques, capable de se constituer elle-même et constamment redéfinies en tant que tel par son utilisation, à des fins purement instrumentale. D'autre part, la possibilité d'accéder à ce qui est défini comme *Big data* peut porter à un *overload* de données et de contenu à disposition qui apparaissent comme non facile à gérer, et à interpréter pour extrapoler les informations dont on a besoin, finissant par s'appuyer souvent sur les outils d'analyse quantitative telles que, par exemple, l'utilisation superficielle de la *sentiment analysis* sur les médias sociaux médias, ce qui apparaît stérile en termes d'exploration de données, de compréhension et de contexte:

Dans le capitalisme contemporain, plus la formation augmente, plus le niveau d'*ignorance* augmente, où pour ignorance, on entend l'incapacité à contextualiser et à développer une pensée critique (Fumagalli 2007: 13).

On abandonne, alors, la ultra-spécialisation du travail, qui est la conséquence d'un changement radical de tendance de la tendance post-fordiste de fragmenter les tâches et de séparer les compétences ; à embrasser les concepts de *multiutilité* et de *multimodalité*: être polyvalent et éclectique signifie avoir un niveau d'interaction non seulement entre l'homme et la machine, mais, en particulier, entre utilisateurs finaux et des réseaux. On demande, par conséquent, aux professionnels d'être *créatifs*, mais aussi *critiques*, réflexifs, et de maîtriser les instruments du langage.

La communauté virtuelle et les réseaux, *par ailleurs*, représentent un contexte d'émergence de nouvelles exigences professionnelles et le relatif développement de ces dernières. Ces situations d'urgence surviennent au sein des espaces de travail, de jeu et d'interaction en général, qui se divisent, à leur tour, sur le partage de connaissances et des intérêts communs, sur la pratique du *networking* et du *crowdsourcing*, dans un processus de coopération et d'échange indépendant de la distance ou de l'appartenance sociale.

Le professionnel du XXIe siècle est "l'acteur/auteur de sa vie professionnelle" (Wittorski 2009: 781-792) ; il fait toujours plus partie du processus de professionnalisation¹⁴⁷ (Prandstraller 2004: 37), qui, dans l'intervalle, devient de plus

147. On définit la professionnalisation comme le processus par lequel des groupes professionnels ne sont pas dotés en eux-même de caractéristiques professionnelles, mais qui essaient d'assumer ces caractéristiques, et pour cela, ils s'efforcent d'abord d'acquérir une connaissance spécifique (c'est à dire un ensemble de notions de pratique scientifique similaire à celle des professions libérales) et, en second lieu, à imiter le comportement éthique des professionnels.

en plus individualisé. Le nouveau professionnel se déplace à travers la vitrine des médias sociaux : il montre sa souplesse “techno-culturelle” à travers un blog, qui plus qu'un journal représentent une carte de visite, une participation à des communautés virtuelles, de professionnel de *LinkedIn* et *Viadeo*; mise à jour en permanence de leurs profils *Twitter* et *facebook* pour envoyer des notifications aux contacts, qui sont, en réalité, qui sont, en réalité de véritables signaux de fumée pour les clients. La professionnalisation, par conséquent, est de plus en plus et de plus en plus indépendante des groupes professionnels.

Bien sûr, les formes d'exploitation du travail et de la connaissance ne disparaissent pas, par exemple, le même *crowdsourcing* où les grandes multinationales, utilisent qui, de fait, travaille à coût zéro pour créer des profits, s'appropriant une propriété intellectuelle mais n'est plus propriété. Où les *web-companies* profitent du travail de ceux qui sont appelés *esclaves* (Lessard & Baldwin 2003): la partie immergée, le côté sombre du réseau, le “*digital work*” (Casilli & Cardon, 2015) profitent du “travail intellectuel” des utilisateurs du réseau qui génèrent en permanence de nouveaux contenus (*user-generated content*).

En conclusion, le travail professionnel suit les frontières des professions elles-mêmes. Chaque jour, des néologismes sont créés pour définir les pratiques professionnelles émergentes, la professionnalisation devient

l'évolution permanente des compétences professionnelles d'un individu associé à une efficacité accrue (Wittorski 2009: 782).

Aujourd'hui, d'un point de vue centré sur la dimension “technologique” des pratiques, on peut aboutir à une contribution fondamentale au travail des professionnels par l'utilisation raisonnée d'artefacts technologiques, sous de nombreux aspects.

On a vu dans le cas des *SMACCM* de *Dell* qu'il y a une première phase d'appropriation des médias sociaux qui existent déjà (*LinkedIn*) de l'extérieur vers l'intérieur et une seconde phase, au lieu de cela, de “conception” de médias sociaux à partir de l'intérieur vers l'extérieur pour répondre à un besoin spécifique. Et donc, une première phase “d'instrumentation” (Rabardel 1995), suivie par une phase de “instrumentalisation” (Rabardel 1995) modifient la pratique professionnelle elle-même, et influencent la façon de comprendre et d'interpréter les actions qui ont été menées. Cela crée des hybrides : un mélange d'éléments hétérogènes placé en association avec l'un de l'autre, de sorte qu'il devient impossible de déterminer quelles parties sont à attribuer à l'objet et quelles parties sont associées au sujet, à la nature et

à la société. Selon l'ontologie latourienne déjà mentionnée, de fait, le monde est réalisé par le biais de l'interrelation des actants, ni sujets, ni objets, composés d'hybrides, d'humains et non-humains dans une relation dynamique entre eux (Latour 1989; 1991).

Ce nouveau "professionnalisme" – donc - se trouve face à un double obstacle :

Le premier a trait à sa formation dans un contexte comme celui de la *network society*. Dans une telle situation, l'apprentissage du “métier” et des nouvelles pratiques professionnelles n'est plus seulement lié à la transmission verticale de rôles différents dans l'entreprise ; mais est aussi une question d'appropriation des artefacts technologiques qui deviennent des instruments ou des services de son propre travail. La constitution de ces outils afin modifient les schèmes d'utilisation au cours de l'exercice de ses activités jusqu'à se solidifier dans une “boîte noire” (Latour 1989; 1991).

Le second concerne son intégration au sein d'une communauté de professionnels et d'un *network* (Callon et Latour 1990; Latour 1998; John Law 1999): “*Communautés de Pratique*” (Wenger, 1999) où partager de nouvelles pratiques professionnelles telles que

des groupes de personnes qui partagent un problème ou une passion pour quelque chose qu'ils font et apprennent comment le faire mieux alors qu'ils interagissent de manière régulière (Wenger 1999: 12).

L'objectif principal de cette thèse est donc,*, est de faire la lumière sur certains aspects d'un objet de la recherche (les professions à l'heure des médias sociaux) contemporain peu exploré et pluridimensionnel.

Dans cette perspective, une approche multidisciplinaire a été adoptée qui s'inscrit dans la sociologie du travail et des professions, la sociologie de la science et de la technologie, les sciences de l'information et de la communication et la linguistique.

Néanmoins, si les ancrages théoriques et méthodologiques de ce travail sont résolument multi-disciplinaires, ils représentent les différentes visions communes qui s'inscrivent dans une approche interactionniste, constructiviste et située dans différents mondes sociaux. Le but principal de cette approche est d'aller au-delà de la dichotomie micro/macro, et, par-dessus tout, de

qui consiste à rejeter la césure trop franche entre micro et macro, à travailler dans un espace intermédiaire entre l'ordre de l'interaction et l'ordre de l'institution (Borzeix 2001 : 51).

L'effort est d'ancrer l'analyse de l'action individuelle et collective (dans la ligne tracée par l'interactionnisme) au contexte socio-économique et à ses changements soudains.

Cette contribution est également méthodologique : l'expérience acquise dans les domaines de collecte, de traitement et d'interprétation des matériaux empiriques de la recherche lie les résultats et les conclusions sur les sources, rigoureusement documentés. Ayant posé les fondations d'un travail sur les traces de ces matériaux plurisémiotique, nous avons montré comment il est possible de traiter analytiquement la partie "immatérielle" du travail, qui représente encore aujourd'hui un champ pour la recherche empirique, largement inexploré. Ainsi, on peut considérer originale une méthodologie de recherche nécessairement "hybride", et explorative, qui a mobilisé différentes et diverses techniques de recherche et des approches, en essayant, dans certains cas, d'effectuer des exagérations pour trouver de nouvelles solutions au cours de la construction d'une "méthode en tant qu'art" (Marradi, 1996).

Enfin, l'objet du litige : l'immatériel et de la sphère relationnelle de travail au centre de l'observation. Ils représentent qu'une partie du travail qui suppose la manipulation partagée de signes, symboles et d'interactions linguistiques (qu'elle soit directe ou indirecte, orale ou écrite, en langue vernaculaire ou technique) constituent le matériau empirique privilégié pour la présente recherche. L'importance croissante des activités cognitives, et collective nécessaire à la réalisation du travail (la réflexivité, le traitement de l'information, la décision partagée, la collaboration, le travail d'articulation) représente un terrain fertile d'investigation de cette recherche.

Dans une ère où le poids des artefacts et de l'interaction homme-machine forme un champ de connaissance déterminé, mais dans lequel, en même temps, le "produit" du travail de l'homme est devenu plus immatériel, non mesurable ou identifiable ; les langues que vous croyez – qui sont emblématiques, de la sémiotique, de la gestuelle, ou linguistique est une matérialité, parfois le seul, accessible à l'observation (Borzeix 2001).

L'objectif de l'analyse est de s'intéresser à la notion de compétence professionnelle comme mise en discours de connaissances "encapacité" (enabled) par les technologies). Plus généralement, l'objectif de la partie analytique, à part l'analyse elle-même est de dépasser les dichotomies entre discours et technologie, entre activité professionnelle et situation et entre niveaux d'analyse micro, meso et macro (Callon & Latour 1981 ; Callon, Latour & Akrich 2006) selon un continuum entre les différents niveaux.

Les principales contributions de ce travail donc sont relatives aux éléments suivants :

- Un point de vue interactionniste et constructiviste des pratiques professionnelles des *SMACCM* aujourd'hui ;
- Une méthodologie construite à travers le choix de techniques plus adaptées pour affronter différents problèmes cognitifs et leur hybridation et régénération continue (Marradi 1996).
- L'articulation de l'analyse du discours des productions sur un média social spécifique (*Twitter* des *SMACCM*) avec la description des pratiques professionnelles.

Il est évident que les contributions proposées dans ce travail sont modestes et ont des limites, en particulier dans le niveau d'analyse proposé sur le *corpus* dû à un cadrage nécessaire que doit avoir un travail de thèse de doctorat. Il est à espérer, cependant, d'être en mesure de poursuivre cette recherche en accordant une plus grande importance, et de centralité, par exemple, à l'analyse de la partie du *corpus* qui concerne l'audio-vidéo, notamment des enregistrements de *meetings* hebdomadaires de la *Social Media Team*, qui n'ont été pris que marginalement en compte.

Bibliographie

- Accornero, A. (1980). Il lavoro come ideologia, Il Mulino, Bologna.
- Accornero, A. (1985). La terziarizzazione del conflitto e i suoi effetti. Il conflitto industriale in Italia, Bologna: Il Mulino, 275-313.
- Accornero, A. (1992). Società dei lavori, non dell'attività, in Spazio Impresa, a. VI, N° 21.
- Accornero, A. (1994). Il mondo della produzione. Il mulino.
- Accornero, A. (1997). Era il secolo del lavoro (Vol. 98). Il mulino.
- Accornero, A. (2000). La società dei lavori. Sociologia del lavoro, 80, 49-56.
- Accornero, A. (2001). Dal fordismo al post-fordismo: il lavoro e i lavori, Quaderni di Rassegna Sindacale, a. II, (1), 7-18.
- Agamben, G. (2006). Che cos' è un dispositivo?. Roma, Italia, Nottetempo.
- Alter, N. (2006). Sociologie du monde du travail. Paris Dauphine University.
- Amin, A. (1994). Post-Fordism: models, fantasies and phantoms of transition. Post-Fordism: a reader, 1-39.
- Amossy, R. (2015). La présentation de soi: Ethos et identité verbale. Presses universitaires de France.
- Anis, J. (1999). Internet communication et langue française. Hermès science publications.
- Arcangeli, B., & Diana, P. (2009). Insegnare metodologia delle scienze sociali in modalità e-learning. Baldissera A. (a cura di), Insegnare metodologia delle Scienze Sociali, Acireale-Roma: Bonanno, 55-71.
- Arcangeli, B., & Diana, P. (2008). Cultural Capital, Learning and ICT in a Southern Italian University. In Knowledge Construction in E-learning Context.
- Arendt, H. (2001). Vita activa [1951]. Bompiani, Milano, 37.
- Arrighi, G. (2003). Il lungo XX secolo. Net.

- Austin, J. L. (1975). *How to do things with words*. Ed. JO Urmson and Marina Sbisa. Cambridge: Harvard University Press, 120, 125.
- Avril, C., Cartier, M., & Serre, D. (2010). *Enquêter sur le travail: concepts, méthodes, récits. La découverte*.
- Avril, P. & Vincent G. (1988) *La IVe République*, Paris, MA Editions.
- Baker, C., Emmison, M., & Firth, A. (Eds.). (2005). *Calling for help: Language and social interaction in telephone helplines* (Vol. 143). John Benjamins Publishing.
- Balibar, E. (1994). *La filosofia di Marx. Manifestolibri*.
- Barnes B., Shapin S. (1979), *Natural Order. Historical Studies of Scientific Culture*, Sage, London.
- Bauman Z. (2002), *Modernità liquida*, Roma-Bari, Italia, Laterza.
- Bauman Z. (2006), *Vita liquida*, Roma-Bari, Italia, Laterza.
- Bauman, Z. (2007a). *Homo consumens. Lo sciame inquieto dei consumatori e la miseria degli esclusi*.
- Bauman, Z. (2007b). *Lavoro, consumismo e nuove povertà. Città aperta*.
- Beck, U. (1999). *Modernizzazione riflessiva: politica, tradizione ed estetica nell'ordine sociale della modernità*. Trieste, Asterios.
- Beck, U. (2000a), *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, Roma, Italia, Carocci.
- Beck, U. (2000b), *Il lavoro nell'epoca della fine del lavoro*, Torino, Italia, Einaudi.
- Becker, H. S. (2008). *Outsiders*. Simon and Schuster, I Ed. 1963.
- Becker, H. S. (2006). *Le travail sociologique: méthode et substance* (Vol. 26). Saint-Paul.
- Becker, H. S. (2004). *Epistémologie de la recherche qualitative. L'art du terrain: mélanges offerts à Howard S. Becker*. Paris, L'Harmattan.
- Becker, H. S. (1987). *Outsiders. Saggi di sociologia della devianza*. Gruppo Abele.
- Becker, H. S. (1986). *Biographie et mosaïque scientifique. Actes de la recherche en sciences sociales*, 62(1), 105-110.
- Becker, H. S. (1986). *Doing Things Together* (Evanston, IL: Northwestern University Press).
- Becker, H. S. (1985). *Outsiders. Études de sociologie de la déviance*, trad. par J.P. Briand, J.-M. Chapoulie, Paris, Métailié.
- Becker, H. S. (1982). *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press.
- Becker, H. S. (1970). *Sociological work*. Transaction publishers.

- Bell, B. (1973), *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, New York, Basic Books.
- Benedict, R. (1993). *Il crisantemo e la spada. Modelli di cultura giapponese* (Vol. 5). Ed. Dedalo.
- Benguigui, G. (1972). La définition des professions. *Épistémologie sociologique*, 13, 99-113.
- Bennato, D. (2008). Le professioni del web. In Pedroni, M., & Volonté, P., *La creatività nelle professioni*. Bolzano University Press.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1969). *La realtà come costruzione sociale*. Bologna, Il mulino.
- Bernard, Y. (2004). La netnographie: une nouvelle méthode d'enquête qualitative basée sur les communautés virtuelles de consommation. *Décisions marketing*, 49-62.
- Bevort, A., & Jobert, A. (2011). *Sociologie du travail: les relations professionnelles*. Armand Colin.
- Bevort, A., Jobert, A., Lallement, M., & Mias, A. (2012). *Dictionnaire du travail*. Presses universitaires de France.
- Bidet, A. (2011). *L'engagement dans le travail: qu'est-ce que le vrai boulot?* Presse universitaires de France.
- Bidet, A. (2008). L'homme et l'automate. L'écologie élargie du travail contemporain. *Sociologie du travail*, 50(3), 372-395.
- Bidet, A., Pillon, T., Vatin, F. (2000). *Sociologie du travail: licence, maîtrise: cours, méthodes, corrigés, documents*. Montchrestien.
- Bijker W. (1998). *La bicicletta e altre innovazioni*, McGraw-Hill.
- Blanchet, P. (2012). *Linguistique de terrain, méthode et théorie. Une approche ethno-sociolinguistique de la complexité*.
- Bloor D. (1997). *La dimensione sociale della conoscenza*, Milano, Cortina, 1998.
- Bologna, S., & Fumagalli, A.. *Dieci tesi per la definizione di uno statuto del lavoro autonomo. Il lavoro autonomo di seconda generazione*. Milan, Feltrinelli.
- Bologna, S. (2007). *Ceti medi senza futuro?: scritti, appunti sul lavoro e altro*. DeriveApprodi.
- Boltanski, L., & Chiapello, E. (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme* (Vol. 10). Paris: Gallimard.

- Bonomi, A. (1997). *Il Capitalismo molecolare: la società al lavoro nel Nord Italia* (Vol. 54). Einaudi.
- Bonomi, A., & Rullani, E. (2005). *Il capitalismo personale: vite al lavoro*. Einaudi.
- Bonu, B., & Denouël, J. (2011). Analyse de conversation et sociologie des usages. Communiquer à l'ère numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages, 191-224.
- Borzeix, A. (2001). *Le travail et sa sociologie à l'épreuve du langage*. Borzeix A. Fraenkel B. *Langage et Travail, cognition, action, communication*, Paris, CNRS Éditions.
- Bourdieu P. (2010). *Sul concetto di campo in sociologia*, trad. it. Armando, Roma.
- Bourdieu P. (2003). *Il mestiere di scienziato*, Feltrinelli, Milano.
- Bourdieu P. (1998). *Le regole dell'arte. Genesi e struttura del campo letterario*, trad. it. Il Saggiatore, Milano 2005.
- Bourdieu P. (1985). The Genesis of the Concepts of Habitus and of Field, *Sociocriticism*, 2, 11-24.
- Bourdieu P. (1982). *La parola e il potere. L'economia degli scambi linguistici*, trad. it. Guida Editori, Napoli 1988.
- Bournois, F, Point, S., & Voynnet-Fourboul, C. (2002). L'analyse des données qualitatives assistée par ordinateur: une évaluation. *Revue française de gestion*, (137), 71-84.
- Boutang, Y. M. (2002). *L'Età del capitalismo cognitivo: innovazione, proprietà e cooperazione delle moltitudini. Ombre corte*.
- Boutang, Y. M. (2002). *Dalla schiavitù al lavoro salariato*. Manifestolibri, Roma.
- Boutet, J. (2010). *Le pouvoir des mots*. La Dispute.
- Boutet, J. (2009). La vie verbale au travail. Des manufactures aux centres d'appels. *Mots. Les langages du politique*, (90), 137.
- Boutet, J. (2001). La part langagière du travail : bilan et évolution. *Langage et société*, 4 (n° 98), 17-42.
- Boutet, J. (1995). *Paroles au travail*. Editions L'Harmattan.
- Boutet, J., & Gardin, B. (2001). Une linguistique du travail. *Langage et travail. Communication, cognition, action*, 89-111.
- Boutet, J., Gardin, B., & Lacoste, M. (1995). *Discours en situation de travail. Langages*, 12-31.

- boyd, D. M. (2013). *Networked Norms: How Tech Startups and Teen Practices Challenge Organizational Boundaries*. ASTD Tech Knowledge. San Jose, California, January 30.
- boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of computer-mediated communication*, 13(1), 210-230.
- Braslau, D. (2007), Science and Culture, in Ritzer, G. (Ed.). *The Blackwell encyclopedia of sociology* (Vol. 1479). Malden, MA: Blackwell Publishing, 4077-4080.
- Braverman, H. (1978). *Lavoro e capitale monopolistico: la degradazione del lavoro nel XX secolo*. Einaudi.
- Broadbent, S. (2012). *Internet, lavoro, vita privata. Come le nuove tecnologie cambiano il nostro mondo*, Bologna, Il Mulino.
- Bryant, A., & Charmaz, K. (Eds.). (2007). *The Sage handbook of grounded theory*. Sage.
- Bruni, A. (2005). *La socialità degli oggetti e la materialità dell'organizzare: umani e non-umani nei contesti lavorativi*. Studi organizzativi.
- Bruni, A., & Gherardi, S. (2007). *Studiare le pratiche lavorative* Bologna, Il Mulino.
- Bruns, A., & Burgess, J. E. (2011). *New methodologies for researching news discussion on Twitter*.
- Bunge M. (1991). A Critical Examination of the New Sociology of Science, in *Philosophy of the Social Sciences*, 21.
- Butera, F. (2008). *Knowledge Working. Lavoro, lavoratori, società della conoscenza*. Mondadori università.
- Caliandro, A. (2014). *Ethnography in Digital Spaces: Ethnography of Virtual Worlds, Netnography, and Digital Ethnography*. In *Handbook of Business Anthropology*, ed. P. Sunderland, and R. Denny, Walnut Creek, CA: Left Coast Press.
- Callon, M., & Latour, B. (2006). *Le grand Léviathan s'apprivoise-t-il?* Callon, M.; Latour, B.; Akrich, M., *Sociologie de la traduction. Textes fondateurs*, Paris, Presses de l'École des Mines de Paris, 11-32.
- Callon, M., & Law, J. (1997). *L'irruption des non-humains dans les sciences humaines: quelques leçons tirées de la sociologie des sciences et des techniques*. *Recherches*, 99-118.
- Callon M., Latour B. (1990), *La science tel qu'elle se fait*, La Découverte, Paris.

- Callon, M., & Latour, B. (1981). Unscrewing the big Leviathan: how actors macro-structure reality and how sociologists help them to do so. *Advances in social theory and methodology: Toward an integration of micro-and macro-sociologies*, 277-303.
- Cardon, D. (2011). Réseaux sociaux de l'Internet. *Communications*, (1), 141-148.
- Cardon, D., & Casilli, A. A. (2015). Qu'est-ce que le digital labor?. INA.
- Casilli, A. A. (2010). *Les liaisons numériques: vers une nouvelle sociabilité?* Seuil.
- Castel, R. (2011). *L'insicurezza sociale: che significa essere protetti?* Einaudi.
- Castel, R. (2009). *La montée des incertitudes. Travail, protections, Statut de l'individu*, Paris, Seuil.
- Castells M. (1996). *La nascita della società in rete*, Milano, Italia, UBE.
- Castells M. (1999), Grassrooting the space of flows, *Urban Geography*, Vol. 20, Number 4, May 16-June 30, Bellwether Publishing, Ltd.
- Castells M. (2000). *End of millennium*, New York, U.S.A., 2nd edn. Oxford, Blackwell.
- Castells M. (2007), Communication, Power and Counter-power in the Network Society, *International Journal of Communication*, 1, Annenberg School of Communication, University of Southern California, pp. 238-266.
- Castells M. (2009). *Comunicazione e Potere*, Milano, Italia, UBE.
- Castells M., Qiu J., Fernandez-Ardevol M., Sey A. (2006), *Mobile communication society: A global perspective*, Cambridge, MA, MIT.
- Castronovo, V. (2001). *Storia dell'economia mondiale*, vol. V. *La modernizzazione e i problemi del sottosviluppo dal secondo dopoguerra agli anni Ottanta*, Roma-Bari, Laterza.
- Catone, M. C., & Diana, P. (2015). E-learning to overcome the problems with the teaching of social sciences methodology. *ATTI DEL CONVEGNO*, 142.
- CEN/IWA (2006). *European ICT Skills Meta-Framework - State-of-the-Art review, clarification of the realities, and recommendations for next steps*. <http://goo.gl/Wlej20>, Ultima consultazione 01/10/2015.
- CEN/IWA (2012). *G3 Web Skills Profiles Generation 3 European ICT Professional Profiles – Pubblicazione dei primi profili conformi all'European e-Competence Framework 2.0*. <http://goo.gl/q5Wob6>, Ultima consultazione 01/10/2015.
- CEN/IWA (2013). *G3 Web Skills Profiles - versione 1.0 Generation 3 European ICT Professional Profiles*. <http://goo.gl/34vpeX>, Ultima consultazione 01/10/2015.

- CEN/IWA (2014). G3 Web Skills Profiles - versione 2.0 Generation 3 European ICT Professional Profiles. <http://goo.gl/P36E5I>, Ultima consultazione 01/10/2015.
- Champy, F. (2009). *La sociologie des professions*. Presses universitaires de France.
- Chapoulie, J. M. (2001). Hughes, Blumer, les études sur le travail et les institutions, et le travail de terrain. Cap. VI in *La tradition sociologique de Chicago. 1892-1961*. Ed. de Seuil, Parigi, 213-252.
- Chapoulie, J. M. (1973). Sur l'analyse sociologique des groupes professionnels. *Revue française de sociologie*, 86-114.
- Charaudeau, P. (2009). Dis-moi quel est ton corpus, je te dirai quelle est ta problématique. *Corpus*, (8), 37-66.
- Charaudeau, P. (1994). Le discours publicitaire, genre discursif. *Revue Mscope*, 8.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative research*. Sage Publications Ltd, London.
- Charmaz, K. (2000). Grounded theory: Objectivist and constructivist methods. In N. K. Denzin & YS Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 509-535).
- Charnet, C. (2010). 7. L'analyse ethnographique numérique ou comment observer et étudier les usages attendus et effectifs d'un espace numérique de travail dans l'enseignement supérieur français. *Open and Interdisciplinary Journal of Technology, Culture and Education*, 2(2), 21-40.
- Christensen, C. M. & Bower, J. L. (1995). *Disruptive technologies: catching the wave*. Harvard Business Review Video.
- Clarke, A. E., & Charmaz, K. (2015). *Grounded Theory and Situational Analysis*. SAGE, I, II, III, IV Vol.
- Clarke, A. E., & Star, S. L. (2008). The social worlds framework: A theory/methods package. *The Handbook of Science & Technology Studies*, 113-137.
- Clarke, A. E. (2005). *Situational analysis: Grounded theory after the postmodern turn*. Sage.
- Clarke, A. E. (2003). Situational analyses: Grounded theory mapping after the postmodern turn. *Symbolic interaction*, 26(4), 553-576.
- Clarke, A. E. (1991). Social World Theory as organizational Theory. In D. Maines (Ed.), *Social Organization and Social Process: Essays in Honor of Anselm Strauss*. Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter. 17-42.
- Collins H. M. (1985). *Changing Order*, The University of Chicago Press.

- Colombo, F. (2013). *Il potere socievole: storia e critica dei social media*. Bruno Mondadori.
- Commisariat général à la productivité - P. Bacon, *Projet relatif à l'Institut des Sciences Sociales du Travail*, AN, 81 AJ.182, 26 juillet 1954.
- Conein, B., & Jacopin, E. (1994). *Action située et cognition: le savoir en place*. *Sociologie du travail*, 475-500.
- Coutant, A., & Stenger, T. (2009). *Analyse structurale des réseaux sociaux, netnographie, ethnologie des communautés en ligne... Comment étudier les réseaux socionumériques?* En ligne: <http://goo.gl/zUIEVZ>
- Cressey, P. (1932). *The Taxi-Dance Hall*, University of Chicago Press, Chicago.
- Crouch, C. (2001). *Sociologia dell'Europa occidentale*. Bologna, Il Mulino.
- Crouch, C. (1999), *Ottimisti e pessimisti nel dibattito sul mercato del lavoro*. Un commento, in *Stato e Mercato*, n° 56.
- Crozier, M. (2002). *Ma belle époque*, Paris, Fayard.
- Cusin-Berche, F., & Mourlhon-Dallies, F. (2000). *Le débat autour des OGM sur Internet: entre parole citoyenne et parole savante*. *Les Carnets du CEDISCOR*, 6, 113-26.
- Dahrendorf, R. (1986). *Se alla società del lavoro viene a mancare il lavoro*. *Sociologia del lavoro*, (28).
- Dahrendorf, R. (1988). *Dalla società del lavoro alla società dell'attività. Impresa e lavoro in trasformazione*. Italia-Europa.
- De Biase F., & Garbarini A. (2003), *High tech high touch. Professioni culturali emergenti tra nuove tecnologie e relazioni sociali*, Milano, Italia, Franco Angeli.
- Debord, G. (2002). *La società dello spettacolo*. Massari.
- De Felice, L. (2011). *Marketing conversazionale. Dialogare con i clienti attraverso i social media e il real-time web di Twitter, FriendFeed, Facebook e Foursquare*. Gruppo 24 ore.
- De Lillo, A., Arosio, L. (2010). *Il mondo della ricerca qualitativa*. UTET università.
- Demaziere, D., & Dubar, C. (1997). *E. C. Hughes, initiateur et précurseur critique de la Grounded Theory*. *Sociétés contemporaines*, 27(1), 49-55.
- Demazière, D., Dubar, C. (2000). *Dentro le storie: analizzare le interviste biografiche*. Cortina.
- Demazière, D., Dubar, C. (2004). *Analyser les entretiens biographiques: l'exemple des récits d'insertion*. [Québec]: Presses de l'Université Laval.

- Demazière, D., Gadea, C. (2009). Sociologie des groupes professionnels. Acquis récents, nouveaux défis. La Decouverte.
- Demazière, D., Horn, F., & Jullien, N. (2005). Le travail des développeurs de logiciels libres. La mobilisation dans des "communautés distantes". Cahiers lillois d'économie et de sociologie, 2(46), 171-194.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). The SAGE handbook of qualitative research. Sage.
- Diana, P. (2013). [L'e-learning in carcere] Esperienze, riflessioni e proposte. Cambio, 3(6), 261.
- Diana, P., Bottoni, G., & Ferrari, G. (2014). Self-image and Self-satisfaction: a research among southern Italian students using a battery of OSIQ items. Italian Sociological Review, 4(1), 51.
- Diana, P. & Ferrari, G. (2012). E-learning platform for language training of young migrant people, in D. Muranyi e A. R. Tepei.
- Diana, P., & Montesperelli, P. (2005). Analizzare le interviste ermeneutiche. Carocci.
- Dicks, B., Mason, B., Coffey, A., & Atkinson, P. (2005). Qualitative research and hypermedia: Ethnography for the digital age. Sage.
- Dijk, J. V. (1999). The network society: social aspects of new media.
- Dodier, N. (1993). Les arènes des habiletés techniques. In Conein, B., Dodier, N., & Thévenot, L. Les objets dans l'action. Raisons pratiques, n. IV, Éditions de l'EHESS, Paris. Raisons pratiques, 4, 115-139.
- Drew P., & Heritage J. (1992). Talk at work. Cambridge University Press, Cambridge.
- Drucker, P.F. (1959). Landmarks of Tomorrow. New York, NY: Harper & Row.
- Dubar, C. (1992). Formes identitaires et socialisation professionnelle. Revue française de sociologie, 505-529.
- Dubar, C. (1998). Trajectoires sociales et formes identitaires. Clarifications conceptuelles et méthodologiques. Sociétés contemporaines, 29 (1), 73-85.
- Dubar, C. (2001). La crise des identités: l'interprétation d'une mutation. Presses universitaires de France.
- Dubar, C. (2003). Sociologie des groupes professionnels en France: un bilan prospectif. Menger PM. (dir.), 51-60.
- Dubar, C. (2010). La socialisation: construction des identités sociales et professionnelles. Armand Colin.

- Dubar, C. (2010). La crise des identités: l'interprétation d'une mutation. Presses universitaires de France.
- Dubar C., Tripier P., Boussard V. (2011), Sociologie des professions, III Ed., Paris, France, Armand Colin.
- Dubar C., Tripier P., Boussard V. (2015), Sociologie des professions, IV Ed., Paris, France, Armand Colin.
- Dumez, H. (2008). L'ethnographie virtuelle: reconstituer le contexte des interactions en ligne. *Le Libellio d'AEGIS*, 4(1), 39-43.
- Dunlop, J. T. (1958). Industrial relations systems, New York, Holt.
- Durand, C. & al. (1989). Le Travail et sa sociologie. Essais critiques.
- Duthoit, E., & Metz, S. M. V. (2012). Web 2.0 and learning: when the use of an informal context can bring help in a formal context. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 46, 141-145.
- Eco U. (2001). Apocalittici e integrati (Vol. 26). Bombiani.
- Ellison, N. B., & Boyd, D. (2013). Sociality through social network sites. *The Oxford handbook of internet studies*, 151-172.
- Erbès-Seguin, S. (2010). La sociologie du travail. la Découverte.
- Esping-Andersen, G. (2000). I fondamenti sociali delle economie postindustriali. Il Mulino.
- Erickson, F. (1985). Qualitative methods in research on teaching. *Institute for Research on Teaching*, 119-62.
- Estrade, M. A., & Ulrich, V. (2002). La reorganisation des temps travaillés et les 35 heures: un renforcement de la segmentation du marché du travail. *Travail et emploi*, (92), 71.
- Etzkowitz H., Leydesdorff L. (1997). Universities in the Global Economy: A Triple Helix of University-Industry-Government Relations, Cassel Academic, Londra.
- Fabietti, U. (1998). *Etnografia e culture: antropologi, informatori e politiche dell'identità*. Carocci.
- Ferrari, G. (2015a). Comment constituer et traiter des corpus issus des médias sociaux à l'aide des CAQDAS? NVivo: un instrument pour l'analyse des discours numériques. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 20, p. 01006). EDP Sciences.
- Ferrari, G. (2015b). The profession of Social Media Manager in the radio: A case study of public and commercial radio in Italy and France. In *ISA Interim meeting*

- 2015 “Professions, bonds and boundaries” Università Cattolica del Sacro Cuore - Milano, 19th – 21st March 2015.
- Ferrari, G. (2015c). Les nouveaux professionnels de la radio. Colloque Les Frontières de la radio. Université de Perpignan, 4-5 Juin 2015.
- Ferrari, G. (2014). Dalla crisi delle identità professionali moderne all’emergere di nuove esigenze professionali. Il caso dell’Ingegnere pedagogico in Francia. CAMBIO, Rivista sulle trasformazioni sociali, Anno IV, N. 7, numero monografico su “Professions, Society, Change”, Università degli Studi di Firenze, 137-153.
- Feyerabend P. K. (2002), Contro il metodo. Abbozzo di una teoria anarchica della conoscenza, Feltrinelli, Milano.
- Fidler, R. (1997). Mediamorphosis: Understanding new media. Pine Forge Press.
- Filliettaz, L. et Bronckart, J. P. (Eds.). (2005). L’analyse des actions et des discours en situation de travail. Louvain-La-Neuve: Peeters.
- Formenti, C. (2011). Felici e sfruttati: capitalismo digitale ed eclissi del lavoro, Milano, Egea;
- Franco, D. (2010). Studiare l’impresa: il «fattore umano» e le origini della sociologia industriale in Italia e in Francia (1950-1962). IMPRESE E STORIA n. 39, 67.
- Franco, D. (2009). Dalla Francia all’Italia: impegno politico, inchiesta e transfers culturali alle origini della sociologia del lavoro in Italia, Tesi di dottorato, Università di Bologna.
- Freidson, E. (1994). Professionalism reborn: Theory, prophecy, and policy. University of Chicago Press.
- Freitag, U., van der Linden, M., van Nederveen Meerkerk, E. Von Open, A., van Schendel, W., van Hoss, L. M. (2012). Global Labour History. La storia del lavoro al tempo della globalizzazione, Verona, Ombre corte.
- Formenti, C. (2011). Felici e sfruttati: capitalismo digitale ed eclissi del lavoro, Milano, Egea.
- Fumagalli, A., & Bologna, S. (1997). Il lavoro autonomo di seconda generazione. Scenari del postfordismo in Italia, Feltrinelli, Milano.
- Fumagalli, A. (2007). Bioeconomia e capitalismo cognitivo: verso un nuovo paradigma di accumulazione. Carocci.
- Gane, N., & Beer, D. (2008). New media: The key concepts. Berg.
- Garaudy, R. (1971). Riconquista della speranza. Società Editrice Internazionale.

- Garcia A.C., Standlee A.I., Bechkoff J., Cui Y. (2009), Ethnographic approaches to the Internet and computer-mediated communication, «Journal of Contemporary Ethnography», 38, 1, pp. 52-84
- Garreau, L., & Mouricou, P. (2014). Le logiciel comme outil d'aide à l'analyse des données qualitatives, l'exemple de NVivo 11. In Conférence de l'Association internationale de Management Stratégique.
- George, É., Granjon, F. (2008). Critiques de la société de l'information. Parigi, Editions L'Harmattan.
- Georges, F. (2009). Représentation de soi et identité numérique. Réseaux, (2), 165-193.
- Gherardi, S. (2008). Situated knowledge and situated action: What do practice-based studies promise. The SAGE handbook of new approaches in management and organization, 516-525.
- Giarelli, V., Giarelli, G., & Venneri, E. (2009). Sociologia della salute e della medicina. Manuale per le professioni mediche, sanitarie e sociali. FrancoAngeli.
- Giddens, A. (1994). Le conseguenze della modernità: fiducia e rischio, sicurezza e pericolo. Bologna, Il Mulino.
- Giddens, A. (1999). Identità e società moderna. Ipermedium.
- Gieryn T. F. (1995). Boundaries of Science, Jasanoff et al., Handbook of Science and Technology Studies, Thousand Oaks, Sage.
- Gilbert, L. S., Jackson, K., & di Gregorio, S. (2014). Tools for Analyzing Qualitative Data: The History and Relevance of Qualitative Data Analysis Software. In Handbook of Research on Educational Communications and Technology. Springer New York, 221-236.
- Gilbert N., Mulkay M. (1984). Opening Pandora's box. A Sociological Analysis of the Scientific Discourse, Cambridge University Press, Cambridge.
- Ginocchietti, M. (2012). La nozione di performatività: un confronto tra Judith Butler e John L. Austin. Esercizi Filosofici 7, 65-77.
- Giuliano, L., & La Rocca, G. (2008). L'analisi automatica e semi-automatica dei dati testuali. Software e istruzioni per l'uso. LED Edizioni Universitarie.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1995). La production de la théorie à partir des données. Enquête. Archives de la revue Enquête, (1), 183-195.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2010). La découverte de la théorie ancrée: stratégies pour la recherche qualitative. Armand Colin.

- Gobo, G. (2009). La società dell'osservazione. Nuove opportunità per la ricerca etnografica. *Rassegna Italiana di Sociologia*, 50(1), 101-132.
- Gobo, G. (2008). *Doing ethnography*. Sage.
- Godelier, M. (1970). *Antropologia, storia, marxismo*. Guanda.
- Godelier, M. (1970). *Razionalità e irrazionalità nell'economia*. Feltrinelli.
- Goffman, E. (1988). (I ed. 1967). *Il rituale dell'interazione*, il Mulino, Bologna.
- Goffman, E. (1969). (Ed. or. 1959). *La vita quotidiana come rappresentazione*. Il Mulino, Bologna.
- Goffman, E. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne*. Tome 1. *La présentation de soi*. Paris: Editions de minuit.
- Goffman, E. (1974). *Les rites d'interaction*. les éditions de Minuit.
- Gopnik, A. (2015). The Outside Game. How the sociologist Howard Becker studies the conventions of the unconventional. *New Yorker*, 12/01/2015.
- Gorz, A. (1982). *Addio al proletariato. Oltre il socialismo*. Edizioni Lavoro, Roma.
- Gorz, A. (1992). *Metamorfosi del lavoro: critica della ragione economica*. Bollati Boringhieri.
- Gorz, A. (1998). *Miserie del presente ricchezza del possibile*. Manifestolibri.
- Gorz, A. (2003). *L'immateriale: conoscenza, valore e capitale*. Bollati Boringhieri.
- Gorz, A. (2009). *Ecologica* (Vol. 867). Editoriale Jaca Book.
- Gorz, A., & Destrieri, L. D. G. (1994). *Il lavoro debole: oltre la società salariale*. Ed. Lavoro.
- Granjon, F., & Denouël, J. (2010). Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux. *Sociologie*, 1(1), 25-43.
- Greenhow, C., Robelia, B., & Hughes, J. E. (2009). Learning, teaching, and scholarship in a digital age Web 2.0 and classroom research: What path should we take now?. *Educational researcher*, 38(4), 246-259.
- Grémion, P. (1995) *Intelligence de l'anticommunisme. Le Congrès pour la liberté de la culture à Paris 1950-1975*, Paris, Fayard.
- Grosjean, M. (2004). From multi-participant talk to genuine polylogue: shift-change briefing sessions at the hospital. *Journal of Pragmatics*, 36(1), 25-52.
- Grosjean, M., & Lacoste, M. (1999). *Communication et intelligence collective: le travail à l'hôpital*. Presses Universitaires de France-PUF.
- Grossin, W. (1989). L'evoluzione della durata del lavoro in Francia: un mutamento del contesto temporale. *Studi di Sociologia*, 281-303.

- Hackett, E. J., Amsterdamska, O., Lynch, M., & Wajcman, J. (2008). *The handbook of science and technology studies*. The MIT Press.
- Hagstrom W.O. (1965). *The Scientific Community*, Basic Books.
- Hardt, M., & Negri, A. (1995). *Il lavoro di Dioniso. Per la crítica dello Stato Postmoderno*, Ed. Manifestolibri, Roma.
- Hardt M. & Negri, A., (2001). *Impero. Il nuovo ordine della globalizzazione*, Bur, Milano.
- Hardt, M., Negri, A., & Pandolfi, A. (2004). *Moltitudine: guerra e democrazia nel nuovo ordine imperiale*. Rizzoli.
- Hardt, M., & Negri, A. (2010). *Comune: oltre il privato e il pubblico*. Rizzoli.
- Harvey, D. (2010). *La crisi della modernità*. Il saggiatore.
- Heath, C., & Luff, P. (2000). *Technology in action*. Cambridge university press.
- Heath, C. (1997). *The analysis of activities in face to face interaction using video*. *Qualitative research: Theory, method and practice*, 183-200.
- Heath, C., & Luff, P. (1992). *Collaboration and controlCrisis management and multimedia technology in London Underground Line Control Rooms*. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 1(1), 69-94.
- Heath, C., Knoblauch, H., & Luff, P. (2000). *Technology and social interaction: the emergence of 'workplace studies'*. *The British journal of sociology*, 51(2), 299-320.
- Hegel, G. W. F. (1995). *Fenomenologia dello spirito*. Milano, Bompiani, 1995
- Heritage, J., & Atkinson, J. M. (Eds.). (1984). *Structures of social action: Studies in conversation analysis*. Cambridge University Press.
- Herring, S. C. (Ed.). (1996). *Computer-mediated communication: Linguistic, social, and cross-cultural perspectives*(Vol. 39). John Benjamins Publishing
- Hesse-Biber, S. N. (Ed.). (2011). *The handbook of emergent technologies in social research*. Oxford University Press.
- Himanen P. (2001), *L'etica hacker e lo spirito dell'età dell'informazione*, Milano, Italia, Feltrinelli.
- Hine, C. (2000). *Virtual ethnography*. Sage.
- Hobsbawm, E. J. (2004). *Il secolo breve* (Vol. 47). Bur.
- Honneth A., (2002), *Lotta per il riconoscimento*, Milano, Il Saggiatore.
- Hughes, E. C., & Santoro, M. (2010). *Lo sguardo sociologico*. Ed. Il mulino, Bologna.

- Hughes, E. C., & Chapoulie, J. M. (1996). *Le regard sociologique: essais choisis*. Ed. de l'Ecole des hautes études en sciences sociales.
- Hughes, E. C. (1971). *The sociological eye: Selected papers*. Transaction publishers.
- Iab France (2015). *Étude sur les métier et les compétences de la transition numérique dans le secteur du marketing et de la communication*. <http://goo.gl/VJmcVj>, Ultima consultazione 01/10/2015.
- IWA Italy (2010). *Italy Web Skills Profiles. I profili professionali del Web*. Stable release vers. 1.0. <http://goo.gl/xFlrdI>, Ultima consultazione 01/10/2015.
- Jameson, F. (2003). *Postmodernism or the cultural logic of late capitalism*. USA: Duke University Press.
- Jarrige, F. (2014). *Technocritiques: du refus des machines à la contestation des technosciences*. La Découverte.
- Jasanoff, S., Markle, G. E., Peterson, J. C., & Pinch, T. (Eds.). (2001). *Handbook of science and technology studies*. Sage Publications.
- Jaureguiberry, F. (2000). Le moi, le soi et Internet. *Sociologie et sociétés*, 32(2), 136-152.
- Jenkins H. (2007), *Cultura convergente*, Apogeo, Milano.
- Johnson, J. C. (1990). *Selecting ethnographic informants*. Newbury Park, CA: Sage.
- Joseph, I. (1994). Attention distribuée et attention focalisée: Les protocoles de la coopération au PCC de la ligne A du RER. *Sociologie du travail*, 563-585.
- Kergoat, J., Boutet, J., Jacot, H., & Linhart, D. (Eds.). (2010). *Le monde du travail*. La Découverte.
- Knoblauch, H., & Schnettler, B. (2012). Videography: analysing video data as a 'focused' ethnographic and hermeneutical exercise. *Qualitative Research*, 12(3), 334-356.
- Knoblauch, H., Schnettler, B., Raab, J., & Soeffner, H. G. (2006). *Video Analysis: Methodolgy and Methods*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Knoblauch, H. (2005). Focused Ethnography [30 paragraphs]. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 6(3), Art. 44, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0503440>.
- Knorr-Cetina K. (1995). *Laboratory Studies. The Cultural Approach to the Study of Science*. *Handbook of Science and Technology Studies* (London: Sage, 1995), 140-66.

- Knorr-Cetina K. (1981). *The manufacture of Knowledge: An essay on the constructivist and contextual nature of science*, Pergamon, Oxford.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing ethnographic research online*. Sage Publications.
- Kuhn T. S. (1978). *La struttura delle rivoluzioni scientifiche*, Einaudi,
- Kuhn T. S. (1962), *The structure of scientific revolutions*, Chicago, U.S.A., University of Chicago Press.
- Kumar, K. (2000). *Le nuove teorie del mondo contemporaneo. Dalla società post-industriale alla società post-moderna*, Torino, Einaudi.
- Lafont, R. (1978). *Le travail et la langue*. Flammarion.
- Lafrance, J. P. (2009). *Critique de la société de l'information*. Parigi, CNRS Éditions.
- Latour B., Woolgar S. (1979). *Laboratory life: The construction of scientific facts*, Princeton University Press.
- Latour, B. (1989). *La science en action: introduction à la sociologie des sciences*. La Découverte/Poche.
- Latour, B. (1991). *Nous n'avons jamais été modernes*. Paris, La Découvert.
- Latour, B. (1994). *Une sociologie sans objet? Note théorique sur l'interobjectivité*. In *Sociologie du travail*, pp. 587-607, 1994 [2007 : Republication in Octave Debary *Objets et mémoires*, MSH-Presses de l'Université Laval, pp. 38-57. Pag. 56.
- Latour, B. (1998). *La scienza in azione*, Comunità, Torino.
- Lazzarato, M. (1997). *Lavoro immateriale: Forme di vita e produzione di soggettività*. Ombre corte.
- Legault, G. A. (Ed.). (2003). *Crise d'identité professionnelle et professionnalisme (Vol. 9)*. PUQ.
- Lejeune, C. (2014a). *Logiciels d'analyse de textes: typologie et approfondissement des outils d'étiquetage réflexif*.
- Lejeune, C. (2014b). *Analyse de discours et sciences sociales. Rencontre et malentendu*.
- Lejeune, C. (2014c). *Manuel d'analyse qualitative. Analyser sans compter ni classer*. De Boeck.
- Lejeune, C. (2007). *Petite histoire des ressources logicielles au service de la sociologie qualitative*. Humanités numériques (Tome 1).

- Lejeune, C. (2010). Montrer, calculer, explorer, analyser. Ce que l'informatique fait (faire) à l'analyse qualitative. *Recherches qualitatives*, 9.
- Lessard, B., Baldwin, S. (2003). *Net Slaves 2.0: Tales of Surviving the Great Tech Gold Rush*. Allworth Pr.
- Levy P. (1994), *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, Paris, France, Editions La Découverte.
- Lewins, A., & Silver, C. (2007). *Using software in qualitative research: A step-by-step guide*. Sage.
- Lewins, A., & Silver, C. (2009). *Choosing a CAQDAS package*. <http://goo.gl/IP11Gc>
- Littler, C. R., & Salaman, G. (1982). Bravermania and beyond: recent theories of the labour process. *Sociology*, 16(2).
- Longhi, J. (2013). Essai de caractérisation du tweet politique. *L'information grammaticale*, 136, 25-32.
- Luttwak, E. (1999). *Turbo capitalism*. New York: HarperCollins Publishers.
- Liotard, J. F. (1979), *Les problèmes du savoir dans les sociétés industrielles les plus développées*. Conseil des universités) commissioneato dal governo del Québec.
- Liotard, J. F. (1981). *La condizione postmoderna: rapporto sul sapere*. Milano, Feltrinelli.
- Macdonald, K. M. (1995). *The Sociology of the Professions*: SAGE Publications. Sage.
- Maestripietri, L. (2011). *La condizione liminale della consulenza: racconti di lavoro tra autonomia e organizzazione* (Doctoral dissertation, University of Trento).
- Magatti, M., De Benedittis, M. (2006). *I nuovi ceti popolari: chi ha preso il posto della classe operaia?*. Feltrinelli Editore.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT press.
- Marazzi, C. (1994). *Il posto dei calzini. La svolta linguistica dell'economia ei suoi effetti sulla politica*.
- Marazzi, C., & Chicchi, F. (2000). Reinventare il lavoro. 107-126.
- Marcoccia, M. (2003). Parler politique dans un forum de discussion. *Langage et société* n° 104, p. 9-55.
- Marcoccia, M. (2000). Les smileys: une représentation iconique des émotions dans la communication médiatisée par ordinateur. *Les émotions dans les interactions communicatives*, 249-263.
- Marradi, A. (2007). Metodologia delle scienze sociali. *icon*, 39(051), 256011.

- Marradi, A. (2006). Linguistic Turn. Cavallaro, R. (a cura di), *Lexikòn*. Roma: CieRe, 302-307.
- Marradi, A. (1996). Metodo come arte. *Quaderni di sociologia*, 40(10), 71-92.
- Marx, K. (1968). *Grundrisse. Lineamenti fondamentali di critica dell'Economia Politica*. Libro 1, 2. Firenze, La Nuova Italia.
- Marx, K. (1980). *Il capitale*. Libro 1, 2. Editori Riuniti.
- Marx, K., & Engels, F. (2008). *India, Cina, Russia. Le premesse per tre rivoluzioni*. Il saggiatore.
- Mazière, F. (2010). *L'analyse du discours. Histoire et pratiques*.
- Méda, D. (1997a). *Società senza lavoro. Per una nuova filosofia dell'occupazione* (Vol. 220). Feltrinelli Editore.
- Méda, D. (1997b). La fine del valore "lavoro". *AA. VV., Parole Chiave*, 14(15), 101-119.
- Méda, D. (1998). Le nuove forme di lavoro tra precarietà e bisogni di autonomia. *Sociologia del lavoro*, (69).
- Méda, D. (2005). *Il lavoro. Che cos'è, quando c'è*.
- Méda, D. (2010). *Travail: la révolution nécessaire* Editions L'Aube.
- Melotti, U. (1971). *Marx e il terzo mondo*. Centro Studi Terzo Mondo.
- Menduni, E., Nencioni, G., & Pannozzo, M. (2011). *Social network: Facebook, Twitter, YouTube e gli altri: relazioni sociali, estetica, emozioni*. Mondadori università.
- Mercanti Guérin, M. (2009). La netnographie: outil de prospective des métiers, une application aux nouveaux métiers du Web. *Management & avenir*, (5), 386-405.
- Mercure, D., & Spurk, J. (2003). *Le travail dans l'histoire de la pensée occidentale*. Presses Université Laval.
- Merton, R. K. (1981). *La sociologia della scienza. Indagini teoriche ed empiriche*, Franco Angeli, Milano.
- Merzeau, L. (2009). *Présence numérique: les médiations de l'identité. Les Enjeux de l'information et de la communication*, 79-91.
- Minello, R. (2014). *Itinerari di storia sociale dell'educazione occidentale-Volume Secondo: Dall'Umanesimo Metodologico all'Umanesimo Storico e Dialettico* (Vol. 6). Edizioni Nuova Cultura.
- Miconi, A. (2013). *Teorie e pratiche del web*. Bologna, Il Mulino.

- Mokyr, J. (2004). I doni di Atena: le origini storiche dell'economia della conoscenza. Bologna, Il Mulino.
- Mondada, L. (2006). Video recording as the reflexive preservation and configuration of phenomenal features for analysis. **Video analysis**, 51-68.
- Montis, I. (2001). Le nuove professioni del web. Carocci.
- Morcellini, M., Sorice, M. (1998). Futuri immaginari: le parole chiave dei new media. Logica University Press.
- Morse, J. M., Stern, P. N., Corbin, J., Bowers, B., Charmaz, K. & Clarke, A. E. (2009). Developing grounded theory: The second generation. Walnut creek, CA: Left Coast Creek.
- Moschini, I. (2014). Itinerari nei Multimodal Studies. A proposito del volume di Maria Grazia Sindoni (2013), *Spoken and Written Discourse in Online Interactions. A Multimodal Approach* (London-New York, Routledge). *LEA-Lingue e Letterature d'Oriente e d'Occidente*, 2, 647-655.
- Mouricou, P. (2010). Analyser ses données qualitatives à l'aide du logiciel NVvivo 11.
- Murphy, K. M. (2012). Transmodality and temporality in design interactions. *Journal of Pragmatics*, 44(14), 1966-1981.
- Murthy, D. (2008). Digital ethnography an examination of the use of new technologies for social research. *Sociology*, 42(5), 837-855.
- Nersessian N., Magnani L. (2002). *Model-Based Reasoning: Science, Technology, and Values*, Kluwer.
- Nowotny H., Scott P., Gibbons M. (2001), *Re-Thinking Science. Knowledge an the Public in the Age of Uncertainty*, Polity.
- Offe, C. (1986). Lavoro come categoria sociologica centrale. *Sociologia del lavoro*, 28, 17-46.
- Olagnero, M. (1982). *Terziario e terziarizzazione nell'analisi sociologica: profili di analisi e ricerca*. Franco Angeli.
- Pacifico, M., & Coppola, L. (2010). *NVvivo 11: un arsis metodologica: procedure per l'analisi dei dati qualitativi*. F. Angeli.
- Pais, I. (2003). *Acrobati nella rete. I lavoratori di Internet tra euforia e disillusione*. Milano, Franco Angeli.

- Pais, I. (2012). *La rete che lavora. Mestieri e professioni nell'era digitale*. Milano, Egea.
- Franco, D. (2009). *Dalla Francia all'Italia: impegno politico, inchiesta e transfers culturali alle origini della sociologia del lavoro in Italia*, Università di Bologna.
- Panckhurst, R. (2009). Short Message Service (SMS): typologie et problématiques futures. *Polyphonies*, pour Michelle Lanvin, 33-52.
- Paveau, M.-A. (2013a). Genre de discours et technologie discursive. Tweet, twittécriture et twittérature, *Pratiques*, 157-158, 7-30.
- Paveau, M.-A. (2013b). Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique. *Épistémé (Revue internationale de sciences humaines et sociales appliquées, Séoul)*, 9, 139-176.
- Paveau, M. A. (2013c). Hashtag [Dictionnaire].
- Paveau, M.-A. (2012a). Réalité et discursivité. D'autres dimensions pour la théorie du discours. *Semen*, (34), 95-115.
- Paveau, M.-A. (2012b). L'alternative quantitatif/qualitatif à l'épreuve des univers discursifs numériques.
- Paveau, M.-A. (2012c). Les amitiés numériques. Formes technolangagières et polysémie relationnelle, *La pensée du discours*, <http://penseedudiscours.hypotheses.org/?p=8334>, Ultima consultazione 01/10/2015.
- Paveau M.-A. (2012d). Activités langagières et technologie discursive. L'exemple de Twitter", *La pensée du discours*, 27.02.2012, <http://penseedudiscours.hypotheses.org/8338>, Ultima consultazione 01/10/2015.
- Paveau, M.-A. (2011). Les technologies discursives. Altérisation, cognition, narcissisme », intervention au Séminaire COSTECH consacré aux « Altérités technologiques ».
- Paveau, M.-A. (2011). Quelles données entre l'esprit et le discours ? Du préconstruit au prédiscours. *L'analyse du discours. Notions et problèmes*, Les éditions Sahar. 19-37.
- Paveau, M.-A. (2009). Mais où est donc le sens ? Pour une linguistique symétrique. *Res per nomen 2*, May 2009, Reims, France. 21-31.
- Paveau, M.-A. (2007). Discours et cognition: les prédiscours entre cadres internes et environnement extérieur. *Corela. Cognition, représentation, langage*, (HS-6).

- Paveau, M.-A. (2006). *Les prédiscours: sens, mémoire, cognition*. Presses Sorbonne Nouvelle.
- Perea, F. (2003a). Du Je et de ses substituts. *Traverses*, (5), 23.
- Perea, F. (2003b). *Je et autres: Les masques de nos personnes*. Editions L'Harmattan.
- Perea, F. (2010). L'identité numérique: de la cité à l'écran. Quelques aspects de la représentation de soi dans l'espace numérique. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2010(1), 144-159.
- Pillon, T., & Vatin, F. (2007). *Traité de sociologie du travail*. Octarès.
- Pinch T., Bijker W. (1990). The social construction of facts and artifacts. Or how the sociology of science and the sociology of technology might benefit each other”, in Bijker et al., *The social construction of technological systems*, Mit Press, Cambridge.
- Pink, S. (2000) Informants who come home, in V. Amit (ed.), *Constructing the Field*. London: Routledge, pp. 96–119.
- Prandstraller, G. P. (2004). *Il lavoro professionale e la civilizzazione del capitalismo: il capitalismo cognitivo americano e la sfida economica cinese* (Vol. 163). Franco Angeli.
- Raab, J., & Tänzler, D. (2006). Video-hermeneutics. *Video analysis: Methodology and methods. Qualitative audiovisual data analysis in sociology*, 85-97.
- Rabardel, P. (1995). *Les hommes et les technologies. Approche Cognitive des instruments contemporains*. Paris, Armand Colin.
- Rifkin, J. (1995). *La fine del lavoro*. Milano, Mondadori.
- Rifkin, J. (2000). *L'era dell'accesso: la rivoluzione della new economy*. Mondadori.
- Rifkin, J. (2011). *La terza rivoluzione industriale*. Edizioni Mondadori.
- Rogers R. (2013), *Digital methods*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- Rostow, W. W. (1962). *Gli stadi dello sviluppo economico*. Einaudi.
- Roy, C. S. (2008). *The Linguists: Petit précis d'ethnographie numérique* The Linguists, États-Unis 2008, 70 minutes The Linguists, États-Unis 2008, 70 minutes. *Séquences: La revue de cinéma*, (255), 20-20.
- Rullani, E. (1988). *Industriale e post-industriale: i problemi sommersi della terziarizzazione*. Kybernetes, 18.
- Rullani, E. (1998). *Il postfordismo: idee per il capitalismo prossimo venturo*. Etaslibri, 1998.

- Rullani, E. (2004a). La fabbrica dell'immateriale. Produrre valore con la conoscenza, Carocci, Roma.
- Rullani, E. (2004b). Economia della conoscenza: Creatività e valore nel capitalismo delle reti. Carocci.
- Sayarh, N. (2013). La netnographie: mise en application d'une méthode d'investigation des communautés virtuelles représentant un intérêt pour l'étude des sujets sensibles.
- Santoro, M. (1999). Professione. *Rassegna italiana di sociologia*, 40(1), 115-128.
- Sarangi, S., & Roberts, C. (1999). Talk, work and institutional order: Discourse in medical, mediation and management settings (Vol. 1). Walter de Gruyter.
- Sartori, L. (2012). La società dell'informazione. Bologna, Il Mulino.
- Schön, D. A. (1987). Educating the reflective practitioner: Toward a new design for teaching and learning in the professions. San Francisco.
- Schön, D. A. (1994). Le praticien réflexif. À la recherche du savoir caché dans l'agir professionnel.
- Schütz, A. (1979). Saggi sociologici. Unione tipografico-editrice torinese.
- Schütz, A. (1974). La fenomenologia del mondo sociale. Il mulino.
- Scognamiglio, R. (1978). Il lavoro nella Costituzione italiana. F. Angeli.
- Sennett, R. (2000). L'uomo flessibile. Le conseguenze del nuovo capitalismo sulla vita personale (Vol. 278). Feltrinelli Editore.
- Shaw, D. B. (2008). Technoculture: The key concepts. Berg.
- Shibutani, T. (1955). Reference Groups as Perspective, in *American Journal of Sociology*, 60, 6, 562-569.
- Skeels, M. M., & Grudin, J. (2009). When social networks cross boundaries: a case study of workplace use of facebook and linkedin. In *Proceedings of the ACM 2009 international conference on Supporting group work* (pp. 95-104). ACM.
- Sloterdijk, P. (2005). L'ultima sfera: breve storia filosofica della globalizzazione. Carocci.
- Smith, A. (1977). Indagine sulla natura e le cause della ricchezza delle nazioni. Milano, Mondadori.
- Socialbaker. Disponibile all'indirizzo (previa sottoscrizione): <http://www.socialbakers.com/> (Ultima consultazione: 20/10/2015).
- Soulages, J. C. (2006). Les stratégies humoristiques dans le discours publicitaire. *Questions de communication*, (10), 103-118.

- Star, S. L. (1999). The ethnography of infrastructure. *American behavioral scientist*, 43(3), 377-391.
- Stella, R., Riva, C., Scarcelli, C. M., Drusian, M. (2014). *Sociologia dei new media*. UTET università.
- Stiegler B. (2013), *La société automatique*, in Jutand F., *La métamorphose numérique*, Paris, Alternatives, pp. 84-98.
- Strauss, A. (1978). A Social World Perspective, *Studies in Symbolic Interaction*, 1, 119- 128.
- Strauss, A. (1979). *Social Worlds and Spatial Processes: an Analytic Perspective*, Unpublished Manuscript, http://dne2.ucsf.edu/public/anselmstrauss/pdf/work-socworlds_spatial.pdf, Ultima consultazione 01/10/2015.
- Strauss, A. (1982). Social worlds and legitimation processes. *Studies in symbolic interaction*.
- Strauss, A. (1984). Social World and Their Segmentation Processes, «*Studies in Symbolic Interaction*», 5, pp. 123-139.
- Strauss, A. L. (1993). *Continual permutations of action*. Aldine Transaction.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2003). L'analyse de données selon la grounded theory. Procédures de codage et critères d'évaluation. Daniel Cefaï (éd.), *L'enquête de terrain*, 363-379.
- Suchman, L. (2007). *Human-machine reconfigurations: Plans and situated actions*. Cambridge University Press.
- Suchman, L. (1997). Centers of coordination: A case and some themes. In *Discourse, Tools and Reasoning* (pp. 41-62). Springer Berlin Heidelberg.
- Tanguy, L. (2014). *La sociologie du travail en France: enquête sur le travail des sociologues, 1950-1990*. La Découverte.
- Suchman, L. A. (1987). *Plans and situated actions: the problem of human-machine communication*. Cambridge university press.
- Tanguy, L. (2014). *La sociologie du travail en France: enquête sur le travail des sociologues, 1950-1990*. La Découverte.
- Tarozzi, M. (2008). *Che cos' è la grounded theory*. Carocci.
- Toscano G. (2012). Campo e mondo sociale. Definizioni e applicazioni a confronto. *Studi di Sociologia*, vol.50,3, 309-325.
- Touraine, A., (1974a). *La società post-industriale*. Il mulino.

- Touraine, A. (1974b). L'evoluzione del lavoro operaio alla Renault, Torino, Rosenberg & Sellier.
- Tripier, P. (1991). Du travail a l'emploi: paradigmes, idéologies et interactions. Vogel. Editions de l'Université.
- Turkle, S. (1994). Constructions and reconstructions of self in virtual reality: Playing in the MUDs. *Mind, Culture, and Activity*, 1(3), 158-167.
- Turkle, S. (2005). *The second self: Computers and the human spirit*. Mit Press.
- Turkle, S. (2011). *Life on the Screen*. Simon and Schuster.
- Turkle, S. (2012). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic books.
- Turner, V. (1972). Il processo rituale. *Struttura e antistruttura* Morcelliana, Brescia.
- Turner, V. (1992). *La foresta dei simboli: aspetti del rituale Ndembu*. Morcelliana.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2005). *Toward knowledge societies. UNESCO World Report*. Conde-sur-Noireau, France: Imprimerie Corlet.
- Unruh, D. R. (1980). The Nature of Social Worlds, *The Pacific Sociological Review*, 23, 3, 271-296.
- Vanhulle, S. (2005). Favoriser l'émergence du «je» professionnel en formation initiale: une étude de cas. *Revue des sciences de l'éducation*, 31(1), 157-176.
- Vatin, F. (1999). *Le travail, sciences et société: essais d'épistémologie et de sociologie du travail*. Université de Bruxelles.
- Vercellese, S (2006). *Capitalismo cognitivo: conoscenza e finanza nell'epoca postfordista*. Manifestolibri.
- Vezinat, N. (2010). Une nouvelle étape dans la sociologie des professions en France. Bilan critique autour des ouvrages de Didier Demazière, Charles Gadéa (2009) et Florent Champy (2009). *Sociologie* 3 Vol. 1, 413-420.
- Vinck, D. (1997). *Sociologie des sciences*. Armand colin.
- Vinck, D. (2007). *Sciences et société*. Armand colin.
- Voynnet-Fourboul, C. (2002). *L'analyse des données qualitatives assistée par ordinateur*. Université Paris II Panthéon-Assas.
- Voynnet-Fourboul, C. (2012). Ce que “analyse de données qualitatives” veut dire. *Revue internationale de Psychosociologie*, 18(44), 71-88.
- Wajcman J. (1995). *Feminist Theories of Technology*, in Jasanoff et al., *Handbook of Science and Technology Studies*, Thousand Oaks, Sage.

- Wartofsky, M. (1979). Perception, representation and the forms of action: towards an historical epistemology, *Models Representation and the scientific understanding*. Dordrecht, Reidel, pp. 188-209.
- WAS (2014). European digital landscape 2014. Analisi di We AreSocial dei principali dati e statistiche dello scenario digitale. <http://www.wearesocial.it>, Ultima consultazione 01/10/2015.
- Watson, T. J. (2008). *Sociology, Work and Industry*. London: Routledge.
- WEF (2013). The Global Competitiveness Report 2012–2013. <http://www.weforum.org/gcr>, Ultima consultazione 01/10/2015.
- Weitzman, E., & Miles, M. B. (1995). *Computer programs for qualitative data analysis: A software sourcebook*. Sage Publications.
- Wellman, B., Quan Haase, A., Boase, J., Chen, W., Hampton, K., Díaz, I., & Miyata, K. (2003). The social affordances of the Internet for networked individualism. *Journal of Computer Mediated Communication*, 8(3), 0-0.
- Wellman, B. (2001), The rise of Networked Individualism, in *Community Networks Online*, Leigh Keeble. London: Taylor & Francis.
- Wellman, B., & Haythornthwaite (2008). *The Internet in everyday life*. John Wiley & Sons.
- Wenger, E. (1999). *Communities of practice: Learning, meaning, and identity*. Cambridge university press.
- Williams R., Edge D. (1996). The social shaping of technology, in *Research Policy*, Vol. 25, 856-899.
- Wittfogel, K. A. (1968). *Il dispotismo orientale*. Vallecchi Editore, Firenze.
- Wittorski R. (2009), À propos de la professionnalisation, in Barbier J-M et al., *Encyclopédie de la formation*, Paris, PUF, pp. 781-792.
- Wyatt S. (2004). The relevance of research: the example of STS, *Convegno internazionale La responsabilità tecnologica. Pertinenza della ricerca, dialogo sociale, competitività ed equità*, CERFE, Roma.
- W3C (2004). *Architecture of the World Wide Web, Volume One*. <http://www.w3.org/TR/webarch/>, Ultima consultazione 01/10/2015.
- Zanini, A., & Fadini, U. (Eds.). (2001). *Lessico postfordista: dizionario di idee della mutazione*. Feltrinelli Editore.
- Zappavigna, M. (2012). *Discourse of Twitter and social media: How we use language to create affiliation on the web*. A&C Black.

- Ziman J. (1998). "Why must scientists become more ethically sensitive than they used to be?" in *Science*, Vol. 282.
- Xhaet, G. (2012). *Le nuove professioni del Web*. Hoepli editore.

